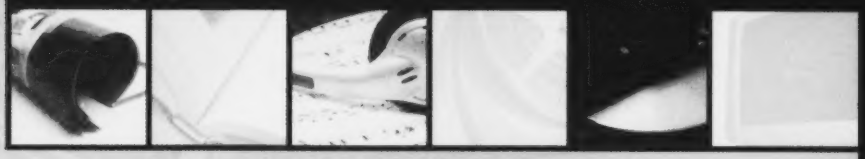
Ontario

# ONTARIO MEDIA DEVELOPMENT CORPORATION

# ANNUAL REPORT 2005 | 2006



CULTURE AGENCIES UNIT
BRANCH
DEC 4 1 2006
MINISTRY OF CULTURE

Ontario

Ontario Media Development Corporation

Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario

**Ontario Media Development Corporation (OMDC)**
175 Bloor Street East, South Tower, Suite 501, Toronto, Ontario M4W 3R8

Published by the Ministry of Culture © 2006 Government of Ontario ISSN 0836-1363

Printed on recycled paper

# Foreword
## Culture is our Business

Behind every profit-making enterprise is a great idea. This is particularly the case when the "products" in question are books, magazines, television, film, music or interactive digital games and media. In fact, when it comes to our cultural media, the idea *is* the product.

Yet in order for great ideas to blossom, both financial and strategic supports must be in place. In 2005-06 Ontario Media Development Corporation, with renewed funding, connected creativity with resources so that Ontario's cultural media could flourish.

OMDC helps Ontario talent thrive and prosper both at home and in international markets...and thus to enrich lives. Successful cultural media also enrich Ontario's economy, generating employment and industrial growth in other culture and non-culture industries. We know - because *Culture is Our Business.*

## Our Mandate

The objects of the Corporation are to stimulate employment and investment in Ontario:

a) by contributing to the continued expansion of a business environment in Ontario that is advantageous to the growth of the cultural media industry and to the growth of new employment, investment and production opportunities in Ontario;

b) by facilitating and supporting innovation, invention and excellence in Ontario's cultural media industry by stimulating creative production, format innovation and new models of collaboration among sectors of the cultural media industry;

c) by fostering and facilitating cooperation among entities within the cultural media industry and between the public and private sectors to stimulate synergies in product development and the creation of products with original Canadian content;

d) by assisting in the promotion and marketing of Ontario's cultural media industry as a world-class leader;

e) by administering provincial tax credit programs and such other programs and initiatives as may be required by legislation or by a Minister of the Government of Ontario; and

f) by acting as a catalyst for information, research and technological development in the cultural media industry provincially, nationally and internationally.

# Message from the Chair

To the Minister: The Honourable Caroline Di Cocco
Minister of Culture

Dear Minister Di Cocco,

On behalf of Ontario Media Development Corporation's (OMDC) Board of Directors, it is my privilege to present the Annual Report for the fiscal year 2005-06.

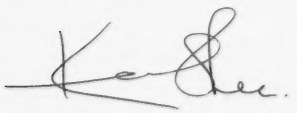
At OMDC, our motto *Culture is Our Business* underscores the important role that Ontario's cultural industries play in the province's economy. As a key part of the province's entertainment and creative cluster, these industries contribute billions of dollars to the economy and generate tens of thousands of jobs annually. Research has shown that the entertainment and creative cluster will be a key driver of the provincial economy over the next 20 years – far outstripping growth in many traditional industries.

On March 28, 2006, in recognition of the vital role the cluster plays, the Government of Ontario made a one-time award of $23 million to OMDC. These monies were in addition to the March 2006 Budget announcement of $7.5-million over three years for an **Entertainment and Creative Cluster Partnerships Fund** for skills development, capacity building, and prototype development and marketing, to be co-administered by OMDC.

The **Cluster Partnerships Fund** will build on the success OMDC has achieved in our cultural industries to date.

As you read through these pages, you will see many examples of how OMDC's dynamic programs tangibly help our stakeholders achieve their business goals. We are grateful for the confidence that the Ministry has placed in OMDC, and we look forward to ensuring that Ontario continues to be recognized as a leading global jurisdiction in which to invest, create, produce and enjoy original cultural media products.

Respectfully submitted,



Kevin Shea
Chair

# Message from the Chief Executive Officer

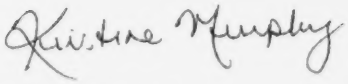
OMDC is a leader in supporting Ontario's cultural industries achieve their business goals - creating prosperity and great cultural content for Ontarians. OMDC's mandate is to facilitate economic development opportunities for Ontario's six cultural media industries: books, magazines, film and television, music and interactive digital media.

As the catalyst for Ontario's cultural media, we promote, enhance and leverage investment, jobs and original content creation. We do this through a combination of tax credits, programs and services.

Guided by our dedicated Board of Directors, OMDC's staff demonstrate a strong commitment and passion to deliver meaningful initiatives to all our clients in all sectors. OMDC takes its responsibilities seriously and the following were just a few of this year's highlights:

- OMDC was a founding sponsor of **iSUMMIT 2006** which brought together over 300 professionals from the music, film, television, mobile, interactive digital content and video game industries to learn about emerging trends and explore business opportunities.
- OMDC's **Market Access Program** (MAP) helped 89 Ontario companies to take their cultural products to foreign markets.
- OMDC's **Film Initiative** invested $1.5 million in 15 domestic feature films. The fund was aimed at providing capital to offset development and final funding costs for indigenous feature film production in the province.
- OMDC's **Six Degrees of Integration Conference** struck a responsive chord for over 300 attendees with its theme *Cultural Industries and the New Technologies* (how new technologies have changed – and will continue to change – the creation, distribution and delivery of cultural products).
- OMDC **Book Fund** provided 36 Ontario publishers with funds to pursue innovative marketing initiatives.

Respectfully submitted,



Kristine Murphy
Chief Executive Officer, (A)

# Original Content: Nourishing the Roots

## OMDC Funds Stimulate Originality

Through funding, expert consulting and other services, OMDC programs support both the creation, and the successful marketing and sale, of original products by Ontario's cultural industries.

**OMDC Book Fund, OMDC Magazine Fund, OMDC Music Fund, OMDC Film Initiative** and **OMDC Interactive Digital Media Fund** are encouraging continued growth across Ontario's cultural media sectors.

### OMDC Book Fund

36 Ontario publishers received funding in 2005. Of these, 29 have reported actual and projected sales of $3,935,741 on an investment of $594,694. Therefore, for every dollar in funding provided, the return in sales is an impressive $6.61.

**2005 OMDC Book Fund Recipients:**

Annick Press
Between the Lines
Brick Books
Canadian Scholars' Press
Coach House Books
Cormorant Books
Crabtree Publishing Company
Dundurn Press
ECW Press
Éditions Prise de parole
Éditions du Vermillon
Groundwood Books
House of Anansi Press
Insomniac Press
Irwin Law
James Lorimer and Company
Kids Can Press
Maple Tree Press
McArthur & Company
McClelland & Stewart
Napoleon Publishing
Natural Heritage Book
Oberon Press
Pembroke Publishers Ltd.
Pippin Publishing
Porcupine's Quill
R.K. Publishing
Sara Jordan Publishing
Second Story Press
Sumach Press
Thomas Allen Publishers
Thompson Educational Publishing
Tundra Books
University of Toronto Press
White Knight Publications
Wilfrid Laurier University Press

*"The OMDC Book Fund has been of enormous benefit to M&S and its fellow Canadian publishing companies. The speed and efficiency with which the program is juried and delivered allows us to develop marketing initiatives that are timely and truly useful. Additionally, the flexibility of the program allows each company to draft marketing plans that are suitable to its list and situation. The OMDC funding - above and beyond what our company would normally commit to marketing plans - also permits us to experiment and innovate beyond our tried and true publicity. This is increasingly crucial as traditional book media opportunities shrink and publishers must find new ways to bring our books to the consumer's attention."*

**— Susan Renouf, Vice President and Associate Publisher, McClelland & Stewart**

# Original Content: Nourishing the Roots

## OMDC Magazine Fund

The Fund provided support to 22 Ontario independent magazine publishers. This year saw particularly intense competition and the jury was impressed with the overall quality of the applications. Successful applicants received up to 75% of their total project budget, capped at a maximum of $25,000.

**OMDC Magazine Fund Recipients:**

Alternatives Inc., ***Alternatives Journal***
C.E.BIZ Corp., ***C.E.BIZ***
Canadian Art Foundation, ***Canadian Art***
Canadian Geographic Enterprises, ***Canadian Geographic***
Canadian Independent Film and Television, ***Take One***
Canadian Newcomer Magazine Inc., ***Canadian Newcomer***
Canadian Review of Books Ltd., ***Books In Canada***
Corporate Knights Inc., ***Corporate Knights***
Explore Media Ltd., ***Explore***
Gripped Inc., ***Gripped***
Harworth Publishing, ***SpaLife***
JM Publishing DIY, ***Boat Owner***
Jon R Group, ***Visitor Guide***
Media Matters Incorp., ***Collision Repair***
No Fear Publishing, ***Fab***
North Island Publishing, ***Masthead***
Outpost Inc., ***Outpost***
Promotive Communications Inc., ***Biotechnology Focus***
Sky News Inc., ***Sky News***
Solstice Publishing, ***Ski Canada***
Verge Magazine Inc., ***Verge***
Youth Culture Inc., ***Vervegirl***

*"Financing from the OMDC Magazine Fund made it possible to leverage Outpost's 10th anniversary into a campaign we otherwise would not have been able to afford. With advertising revenues now climbing, the results of our project are already being felt.... As an independent, entrepreneurial magazine publisher, we believe this is a model funding program for our industry: project-based, with a timely turnaround, that helps finance growing our business through implementing creative ideas."*

— **Matt Robinson, Publisher, *Outpost***

## OMDC Music Fund

11 Ontario record labels were selected to receive support from OMDC Music Fund. The Fund provides up to $25,000 to Ontario-based recording labels to assist in the growth of their business through new initiatives. Its goal is to strengthen independent recording labels in the province.

**OMDC Music Fund Recipients:**

Casablanca Kids Inc.
The Children's Group Inc.
Do Right Music
Hi-Bias Records Inc.
Last Gang Records Inc.
Linus Entertainment Inc.
Marquis Records
Paper Bag Records
Six Shooter Records
True North Records
Urbnet Communications

*"The OMDC Music Fund allowed Last Gang Records to focus on our international licensing relationships over the past year. As a result we have seen real success with Metric, MSTRKRFT, Emily Haines and Death From Above 1979 in the UK, Europe, Japan and Australia. This support came at a critical juncture in the label's development and helped us to build our company on the strength of our great Canadian talent."*

— **Chris Taylor, Last Gang Records**

# Original Content: Nourishing the Roots

**OMDC Film Initiative**

2005 saw the very successful launch of OMDC Film Initiative - a pilot program to provide support for final development costs and last-in production funding for Ontario feature film production.

- The Initiative was designed to support a range of projects that bring both cultural and economic benefit to the province. Ontario-based producers were able to apply for up to $50,000 for development projects and up to $250,000 for their final funding component, enabling projects to go into production. Funding is in the form of a repayable advance.

- Response to the call for applications was impressive, with 63 received: 36 development projects and 27 production projects. OMDC Film Initiative supported eight production projects (an investment of $1,230,000) and six development projects (an investment of $230,000). The total production budgets (based on applications) for films receiving production support through OMDC Film Initiative was over $50 million.

| OMDC Film Initiative Production Recipients: | OMDC Film Initiative Development Recipients: |
|---|---|
| ***100 Films and a Funeral,*** 100 Films Inc.<br>***Away From Her,*** Pulling Focus Pictures Inc.<br>***Citizen Duane,*** Accent Entertainment Corp.<br>***Fugitive Pieces,*** Serendipity Point Films Inc.<br>***Poor Boy's Game,*** Conquering Lion Prod.<br>***Rumspringa,*** Amaze Film + Television Inc.<br>***Step,*** Sienna Films Inc.<br>***Weirdsville,*** Darius Films Inc. | ***Finn On The Fly,*** Amaze Film + Television Inc.<br>***High Life,*** Triptych Media Inc.<br>***One Eyed Jacks,*** Capri Films Inc.<br>***Raven,*** Pebblehut Too Inc.<br>***Smashed,*** Alcina Pictures Ltd.<br>***Think Like A Heel,*** Sarrazin Couture Entertainment Inc. |

*As a recipient of the production stream of OMDC Film Initiative, Julia Sereny, producer, Sienna Films, commented that without this crucial investment, her film Step would not have been possible: "The OMDC Film Initiative will help to bring indigenous production back to Ontario, which will mean substantial local spending and great support in sustaining local small businesses like ours."*

# Original Content: Nourishing the Roots

**OMDC Interactive Digital Media Fund**
22 applications were received for Interactive Digital Media Fund, and OMDC invested a total of $550,000 in eight projects. The approximate value of the projects receiving support through the Fund is $2.7 million.

**OMDC Interactive Digital Media Fund Recipients:**

Bitcasters: ***Hollywood Tycoon***
Capybara Games Inc.: ***Rising Tide***
Marblemedia: ***The Art of Seduction***
OmniG Software: ***Snow Rally Canada***
QuickPlay Media: ***The Mars Project Interactive***
SailorJones Media: ***Fundamental Freedoms***
Splashworks.com Inc.: ***Mariposa***
TerraBuilder: ***TerraBuilder: Moon***

*"The OMDC provides the rare kind of support and assistance that really contributes to our business. Thanks to the OMDC we're doing more original projects with much more potential than ever before."*

**— Nathon Gunn, President/CEO Bitcasters**

**Five pl@tform Projects go Live on Sympatico/MSN**
OMDC's **pl@tform** program administered by New Media Business Alliance officially launched five projects to the public via Sympatico/MSN, in 2005-06. These projects were designed to provide emerging interactive digital media producers with the opportunity to showcase their talents via a grant of up to $30,000.

*Move or Die* created by Zap Dramatic and *Above the Clouds* created by Email from the Edge Inc. were launched in April 2005. They were also featured at a product showcase launched at the Design Exchange during **Digifest**, Canada's annual festival showcase of digital culture. In October 2005, Sympatico/MSN launched the second cycle of pl@tform-supported projects which included The Learning Edge Corp.'s *NovICE: A Beginner's Guide to Hockey, Global Kitchens* created by Snoek Media, and The Wired Schoolhouse Inc.'s *Wine Dating Game*.

# Trillium Book Award/Prix Trillium
## Paying Tribute to Ontario Authors

Everyone in St. Lawrence Hall on April 27, 2005 was in a celebratory mood at the presentation of the **18th Annual Trillium Book Awards**. OMDC-administered awards are the province's premier accolade for literature.

English and French-language juries reviewed an unpre-cedented 325 titles. The Honourable Madeleine Meilleur, Minister of Culture and OMDC Chair Marcelle Lean shared the honour of presenting the results of the juries' deliberations. The results were:

- ***All That Matters*** (Doubleday Canada), Wayson Choy's intimate telling of Kiam-Kim Chen's coming-of-age in the Vancouver Chinatown of the 1930s and '40s, was the recipient of the $20,000 English language Trillium Book Award.
- Antonio D'Alfonso collected the $20,000 Prix Trillium for ***Un vendredi du mois d'août*** (Leméac Éditeur).
- Taking home the Trillium Book Award for Poetry as well as a cheque for $10,000 was Maureen Scott Harris, for her work ***Drowning Lessons*** (Pedlar Press).

**The 2005 French Finalists for the Trillium Book Award/ Prix Trillium were:**

Marguerite Andersen, *Parallèles*
(Les Éditions Prise de Parole)

* Antonio D'Alfonso, *Un vendredi du mois d'août*
(Leméac Éditeur)

Jacques Flamand, *Quand éclate la pierre (1986-2004)*
(Les Éditions du Vermillon)

Maurice Henrie, *Les roses et le verglas*
(Les Éditions Prise de Parole)

Nathalie Stephens, *L'injure*
(Éditions de l'Hexagone)

**The 2005 English Finalists for the Trillium Book Award/ Prix Trillium were:**

Shaughnessy Bishop-Stall, *Down To This*
(Random House Canada)

Roo Borson, *Short Journey Upriver Toward Ōishida*
(McClelland & Stewart)

Catherine Bush, *Claire's Head*
(McClelland & Stewart)

* Wayson Choy, *All That Matters*
(Doubleday Canada)

Jane Jacobs, *Dark Age Ahead*
(Random House Canada)

Alice Munro, *Runaway*
(McClelland & Stewart)

Michael Winter, *The Big Why*
(House of Anansi Press)

**Finalists for the Trillium Book Award for Poetry were:**

* Maureen Scott Harris, *Drowning Lessons* (Pedlar Press)

Ray Hsu, *Anthropy* (Nightwood Editions)

Rachel Zolf, *Masque* (The Mercury Press)

* Winners

# Supporting High Quality Ontario Cultural Products...in Global Markets

**OMDC effectively enhances Ontario's presence at international markets in four distinct ways:**

**1)** Partnering with all levels of government and with industry associations in sponsoring marketing activities at major international markets.

**2)** Financially assisting Ontario arts and media producers so they can optimize their presence at international markets and events.

**3)** Providing strategic support to Ontario cultural entrepreneurs to enable their attendance at international marketing events, in order to maximize other sales opportunities.

**4)** Creating new international market opportunities through networking, education and awareness-raising.

## Exporting Culture

As part of its **Export Marketing** activities, OMDC supports Ontario's presence at major international festivals and markets. The Corporation partnered with organizations from other provinces, and with Telefilm, at the **MIPTV** and **MIPCOM TV** markets in Cannes. These are the two most significant sales events on the TV calendar, with over 40 Ontario companies registered at each market. The result was that Ontario companies reported over $20 million in actual and anticipated sales and pre-sales for the two markets.

OMDC, together with federal and provincial partners, also supported the *Canada Pavilion* at the **Cannes Film Festival**, creating a marketing and business hub for Ontario producers and distributors attending the festival. This year - for the first time ever - two Ontario-based filmmakers had films in official competition at the same time: Atom Egoyan's *Where the Truth Lies* and David Cronenberg's *A History of Violence*. OMDC and partners Directors Guild of Canada - Ontario, and the Toronto Film and Television Office, capitalized on this unprecedented marketing opportunity by placing three daily ads in the London-based trade magazine *Screen International*, promoting Toronto and Ontario as great places to do business.

## Bringing Cultural Media to New Markets

In the fiscal year 2005-06, OMDC's **Market Access Program (MAP)** provided financial and strategic support to 89 Ontario companies so that they could reach foreign markets by attending events. Actual and anticipated sales to foreign markets by Ontario cultural media firms total approximately $62,000,000.

- In May 2005 six Ontario-based game developers attended **E3**, a digital game culture conference, in Los Angeles.
- The first **Canadian book publishers' mission to China** landed in Beijing in June 2005 for a 10-day tour. OMDC partnered with the Association of Canadian Publishers to assist the eight participating Ontario book publishers in finding new opportunities in the Chinese market (the fastest-growing consumer market in the world).

*Professionals who benefited from the OMDC MAP initiative in 2005-06 offered warm praise for the program. Michelle, Henderson, of The Children's Group remarked: "Through our pre-planned meetings and the Ontario Reception we were able to explore new opportunities with our current clients, and potential future clients. Our meeting experiences were of the highest quality and provided us with a number of opportunities to expand our business around the world."*

- Eight Ontario documentary producers attended the **Sunny Side of the Doc** event, in Marseilles, France in June-July 2005, with OMDC support. Sunny Side is a key annual venue bringing together 1,800 buyers, commissioning editors, producers and high-level international decision-makers at forums and presentations. The event generates a dynamic atmosphere and yields valuable connections for the development of effective co-production agreements.

# Supporting High Quality Ontario Cultural Products...in Global Markets

- Eight Ontario label executives travelled to **Popkomm** with MAP support in September 2005. Popkomm takes place in Berlin, Germany, and is the second largest European music market.
- OMDC supported the attendance of eight Ontario feature film producers at the **American Film Market** in Santa Monica, California in November 2005, to pursue project packaging and sales.
- Also in November, OMDC made it possible for seven Ontario documentary producers to participate in the **International Documentary Forum** in Amsterdam. The Forum is the single most important pitching market for access to international documentary broadcasters.
- January 2006: Ontario music labels struck a chord in London, UK with OMDC-supported **Canada UK Music Symposium** presented by the Canadian High Commission in London, UK.
- Also in January 2006, the Corporation supported 11 Ontario labels at **MIDEM** in Cannes, France. In addition, OMDC was one of the partners of *The Canada Stand* at this year's event, as well as organizing international advisors who were on hand to offer strategic pre-market wisdom on major sales territories. OMDC also organized a very successful Ontario networking reception in partnership with eight senior Ontario companies, linking Ontario companies with major international contacts.
- OMDC supported three Ontario interactive digital media producers working in the field of e-learning, to attend **BETT, the Educational Technology Show**, in January 2006 in London, England.
- In January 2006, OMDC supported the attendance in Washington, DC of four television producers at the **Washington Sunny Side Rendezvous** to pitch and pursue project pre-sales with French and American broadcasters and co-producers.
- The following month, five Ontario producers, sponsored by OMDC, attended the **Berlin International Film Festival**. OMDC helped to coordinate their presence at *The Canada Stand* and facilitate meetings. To aid the Ontario delegation in promoting the advantages of shooting in Ontario and co-producing with Ontario producers, OMDC co-sponsored a well-attended networking reception at the Canadian Embassy.
- Also in February 2006, eight senior executives from Ontario-based cultural media industry companies were selected to participate in the **KidScreen Summit** in New York. Five of OMDC's six cultural industry groups were represented there.
- The same month, four Ontario producers attended the **UK TV Immersion** in Manchester, England with support from OMDC. This Telefilm-led initiative brought 25 Canadian and British TV producers together to explore co-production opportunities and develop relationships based on common understanding of the business models involved.
- In March 2006, OMDC supported six Ontario game developers to attend the **Game Developers Conference** in San José, CA. The companies attended the conference sessions and participated in networking events organized by OMDC.
- OMDC MAP initiative provided support to 11 Ontario independent record companies to attend **SXSW Music Festival and Conference** in Austin, Texas in March. This respected event is the most important showcasing and networking opportunity for entry into the US marketplace.

*Earl Rosen of Marquis Records thanked OMDC for its support at the UK Pre-Midem seminar and at **MIDEM**. "I made invaluable contacts which will lead to future business for Marquis. This was one of the most productive MIDEMs I've had in many years. The OMDC's participation was very helpful in being able to achieve our goals."*

# Supporting High Quality Ontario Cultural Products...at Home

**Markets and Festivals are Good Sales Opportunities**

In addition to its international marketing programs and initiatives, OMDC actively supports Ontario's cultural media in domestic markets. In 2005-06, actual and anticipated sales to domestic markets by Ontario cultural media firms totalled approximately $3,200,000.

OMDC supported domestic sales at a wide variety of events in 2005-06, through its **Markets and Festivals** program. Read on for a selection of the year's highlights:

- **Film Circuit** run by the Toronto International Film Festival® Group, received funding from OMDC in 2005-06. The Film Circuit promotes and screens Canadian and international independent cinema in regional centres in Ontario and beyond, building audiences and increasing revenues.
- **The 2005 Hot Docs Canadian International Documentary Film Festival**, April-May 2005, was the most successful to date. OMDC sponsored critical business activities such as the *Toronto Documentary Forum*, the *Rendezvous Pitching Sessions* with commissioning editors and the new *Producer-to-Producer Speed Meet* to facilitate international co-productions.
- **Mags University**, June 2005. OMDC sponsored several Canadian Magazine Publishers Association industry sessions including *Getting on the Radar: Meet the Media Buyers and Planners*, which brought together magazine advertising salespeople with key media buying decision-makers. OMDC also sponsored a Canadian Business Press session on planning for the future, which included one-on-one meetings with Canada's leading futurist, Richard Worzel.
- **Banff Worldwide Television Festival**, June 2005. OMDC sponsored the daily *Face-to-Face* sessions. Ontario producers were able to book meetings with Canadian and international broadcasters and distributors to pitch their projects in development and their completed shows.
- **Canadian Film Centre's Worldwide Short Film Festival**, June 2005. OMDC sponsored the *Short Films, Big Ideas Symposium*, which provided access to programmers, agents and producers and generates film sales to buyers and distributors from around the world.
- **North by Northeast**, June 2005. OMDC built on last year's success of the *Reel Music Event*, which brought together the domestic film, television and music industries for a three-pronged event. The day started with an industry round table discussing how the industries can build better business relationships between sectors. This was followed by over 200 one-on-one meetings between the participants. Events closed with a networking reception at the National Film Board of Canada.
- **2005 Toronto International Film Festival®** (TIFF). Sponsorship of OMDC Sales Office at TIFF saw over 900 buyers and sellers, up from 700 in 2004. Reports indicate a strong year for sales with Ontario feature films like *Metal* and *Lie with Me* reporting multiple territories sold.
- **Ontario-UK Co-production Forum**, September 2005. Working in partnership with the British Consulate in Toronto, OMDC took the lead and brought together over 20 Ontario companies with over 20 British companies and brokered approximately 200 one-on-one meetings. This activity has resulted in at least one confirmed co-production partnership in early 2006.
- **Strategic Partners Co-production Conference**, September 2005. OMDC supported the attendance of eight producers at this Halifax gathering, for one-on-one meetings with producers and executives from the UK, US and Germany.
- *The Industry Forum* at the **Cinéfest Sudbury International Film Festival**, September 2005, received support from OMDC in 2005-06. The Forum continues to provide networking and business development opportunities for attendees at the festival.

# Supporting High Quality Ontario Cultural Products...at Home

**Markets and Festivals continued**

- **Word on the Street**, September 2005. This popular literary-themed outdoor event attracted over 200,000 people in 2005 and provided a major opportunity to reach out to an audience of enthusiastic readers. Magazines Canada received OMDC support for the Magazines Tent.
- **Ontario Cultural Pavilion**, February 2006. OMDC provided support to the Pavilion, which showcased Ontario books, music and magazines, at the Ontario Library Association Super Conference. This event supported three stakeholder associations – Organization of Book Publishers of Ontario (OBPO), Magazines Canada and Canadian Independent Record Production Association and received additional support from the Ministry of Culture and Ontario Libraries Association.
- **Canadian Music Week**, March 2006. OMDC sponsored key events including the *4th-Annual Music for Screen-Based Media Series* of programming and the *3rd International Marketplace*, founded by OMDC to create a business hub for local and international delegates.
- **Digital Music Summit**, March 2006. Presented by the Canadian Music Publishers Association, this invitation-only event brought together industry executives from the music content and digital technology and distribution sectors to explore rapid changes in the distribution and marketing of music. This information is vital to developing new partnerships and business models.
- **iSUMMIT 2006: Content That Pays**, March 2006. The first ever iSUMMIT conference, organized by Ontario's interactive digital media association, took place in Toronto, and attracted over 300 professionals from a number of industries including film, television, music, mobile, interactive digital content and video games. A "sold out" event, iSUMMIT provided opportunities for people involved in the digital content industry to learn about emerging trends, network with new and existing contacts and explore business opportunities.

**OMDC Supports Cultural Media Trade Organizations**

OMDC provides targeted financial support to industry trade organizations for activities that most closely match the mandate of the Agency. In 2005-06, OMDC supported 11 initiatives by Ontario trade organizations, representing all six cultural media sectors. Notable projects included:

- **Magazines Canada's Ontario Newsstand Campaign** to increase the sales of independent magazines at retail locations throughout the province. Last year the Campaign reported gains in placement and sales of over 10%.
- OMDC supported **Magazines Canada** in the delivery of their *School for Circulation*.
- **The WIFT-T Film Incubator** is a hothouse program for script development and packaging that will move several Ontario projects closer to production readiness through 2006.
- **The Canadian Screen Training Centre 03 Sessions** at the Summer Institute of Film and Television in Ottawa were developed to meet OMDC's business focus by bringing senior participants together with visiting industry executives to pitch their film and TV projects. Several projects pitched last year found development support.
- OMDC partnered in the "**Book Charrette**", under the direction of the Association of Canadian Publishers (ACP). A "think-tank" format, this event brought together 12 creative thinkers from various backgrounds to explore ways to raise the profile of Canadian authors and publishers in the public eye, and in the eyes of potential funders. A broad range of creative marketing and policy/regulatory ideas emerged from the lively session. The ACP will provide a detailed report, with a full strategic direction plan for next steps.
- OMDC also provided support to the following Ontario trade organizations in 2005-06: Canadian Music Publishers Association, Documentary Organisation of Canada, New Media Business Alliance and Ontario Book Publishers Organization.

*"We at NMBA are very excited by the overwhelming success of our first iSUMMIT. We have already heard from a number of our speakers, sponsors and delegates that they are looking forward to another in 2007," stated Ian Kelso, President of NMBA. "We are very grateful for the support of the OMDC as founding partners in this endeavour."*

# Ontario: Ready for its Close-Up

**Securing Ontario's Place in the Spotlight**

The **Film Group** at OMDC plays an effective role in building upon Ontario's already considerable competitiveness for film and television activity. The Group aggressively markets the province to domestic and international clients, and supports these promotional activities with a wealth of services. These are:

1) Complimentary location scouting and facilitation service to domestic and international clients.
2) Innovative marketing tools - including the *Digital Locations Database*.
3) Leadership and support to the LA Marketing Office.
4) Advocating for improved industry services, through regular communication with key stakeholders.

OMDC's Film Group marketing activities in 2005-06 promoted Ontario as a versatile, good-value location for film and television:

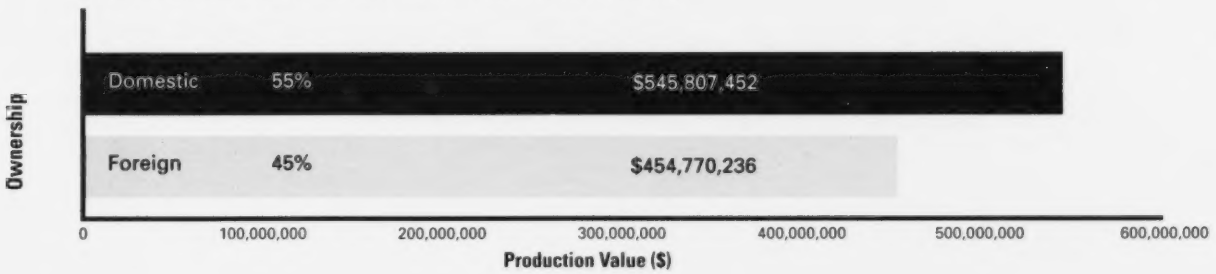
- **Digital Locations Database**. The Database grew this year to include almost 6,000 individual locations, representing over 123,000 individual images: a key component of OMDC marketing efforts. The site saw over 31,000 online visits during 2005-06 and was used to create 821 digital location packages. In response to stakeholder feedback, OMDC is currently in the planning phase of a major re-build of its database system, designed to increase its speed and user-friendliness and lay the groundwork for future cross-platform use.
- **Regional Film Forum**. For the third consecutive year, OMDC hosted this one-day event in November. Staff presented information on the film and television production industry and OMDC programs and services to local film liaison representatives from across the province. This Forum is a powerful way for OMDC to provide leadership, share expertise and encourage networking amongst regional film contacts in order to share the financial benefits that film and television production bring to Ontario's economy.
- **Toronto / Ontario Film Office**. Operated in partnership with FilmOntario and the City of Toronto, the Film Office continues to make a significant contribution to the health of Ontario's foreign production activity, providing on-the-ground marketing in Hollywood to attract film and television production to Ontario as well as assisting domestic producers and suppliers in accessing the LA marketplace. During the 2005-06 fiscal year, a total of 19 productions representing $196 million in economic activity in the province, chose to film in Ontario after receiving assistance from the Film Office.
- **Development of New Brand Look and Feel**. Working with our partners at FilmOntario and the City of Toronto, OMDC participated in the development of new branding and marketing materials, to help market Ontario's film and television industries both at home and abroad. Materials featuring the new "You Belong Here" tagline and a distinctive design look, were unveiled during the October LA marketing mission and at the American Film Market.
- **Marketing Missions.** OMDC senior staff from the Industry Development and Tax Credit Groups participated in several marketing missions to Los Angeles and New York this year. These missions cemented our relationships with key clients, gathered intelligence about the current production scene and promoted the advantages of filming in the province. Several projects that ultimately chose to shoot in Ontario were initially discussed at these meetings, including 20th Century Fox's *Jumper, Take The Lead* from New Line Cinema, and three feature films from Sidney Kimmel Entertainment, *Charlie Bartlett, Talk To Me* and *Lars and The Real Girl*.

*Richard Donner, director of* 16 Blocks, *reports: "My crew in Toronto was without a doubt one of the best, if not THE best crew I've ever worked with. The Ontario Media Development Corporation was professional and very supportive, and they were always there to support our efforts. It's been a wonderful experience."*

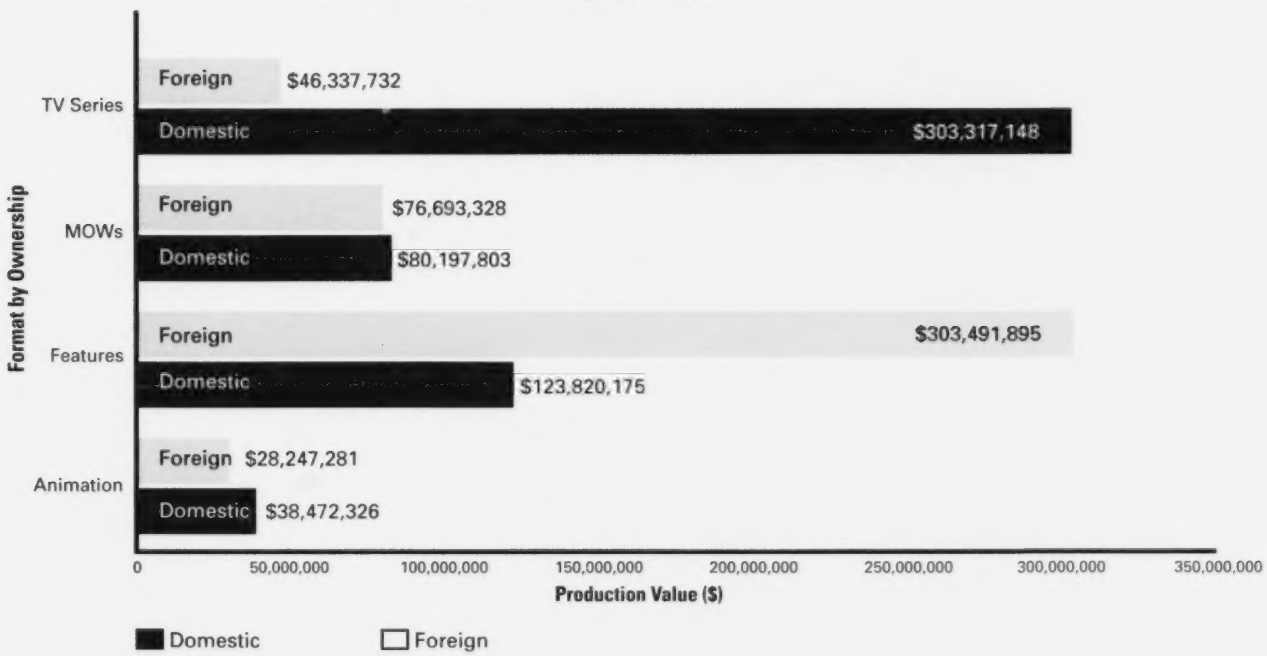
# Ontario: Ready for its Close-Up

## Film and Television Shooting, 2005-06

**2005-06 Ontario's Film & Television Production Activity**




**2005-06 Breakdown of Production Activity by Format**




| Ownership | Production Value ($) | Percentages |
|---|---|---|
| Foreign | 454,770,236 | 45% |
| Domestic | 545,807,452 | 55% |
| Total | 1,000,577,688 | |

Source: OMDC Figures reported are amounts spent in Ontario.

# Tax Credits Help Ontario's Cultural Media Make an Impact

### Tax Credit Applications on the Rise

OMDC co-administers six refundable **tax credits** with the Ministry of Finance. These apply to the film, television, digital media, book publishing and music industries. These valuable credits anchor jobs, protect investment and stimulate content production in Ontario. Many recipients credit the programs with sustaining or increasing their production in an increasingly competitive environment.

2005-06 was a very successful year for tax credits at OMDC. The Agency certified 1,084 cultural projects to an estimated tax credit value of $110,248,166. We received 942 applications: up by 23% from 766 in fiscal year 2004-05.

### OMDC CO-ADMINISTERED TAX CREDITS:

**Ontario Film and Television Tax Credit**
A 30% refundable tax credit available to eligible Ontario-based Canadian corporations on qualified Ontario labour expenditures for eligible film and television productions.

**Ontario Production Services Tax Credit**
An 18% refundable tax credit available to eligible Ontario-based Canadian and foreign-controlled corporations on qualified Ontario labour expenditures for eligible film and television productions.

**Ontario Computer Animation and Special Effects Tax Credit**
A 20% refundable tax credit available to Ontario-based Canadian and foreign-controlled corporations on qualifying Ontario labour expenditures for digital animation and digital visual effects created in Ontario for film and television productions.

**Ontario Interactive Digital Media Tax Credit**
A 20% refundable tax credit available to eligible Ontario-based Canadian and foreign-controlled corporations on eligible Ontario expenditures for interactive digital media products created in Ontario.

**Ontario Book Publishing Tax Credit**
A 30% refundable tax credit available to eligible Ontario-based Canadian corporations on eligible expenditures for eligible literary works created in Ontario.

**Ontario Sound Recording Tax Credit**
A 20% refundable tax credit available to eligible Ontario-based Canadian corporations on qualifying production and marketing expenditures for eligible sound recordings performed by an emerging Canadian artist or group.

### Tax Credit Applications Received and Certificates Issued in 2005-06

| | Number of Applications | Number of Certificates Issued | Number of Projects | Total Project Value |
|---|---|---|---|---|
| Ontario Book Publishing Tax Credit | 285 | 263 | 263 | $8,823,566 |
| Ontario Sound Recording Tax Credit | 99 | 357 | 141 | $7,435,673 |
| Ontario Film & Television Tax Credit | 383 | 293 | 293 | $646,278,446 |
| Ontario Production Services Tax Credit | 77 | 67 | 67 | $802,940,121 |
| Ontario Computer Animation & Special Effects Tax Credit | 56 | 49 | 141 | $163,175,872 |
| Ontario Interactive Digital Media Tax Credit | 42 | 35 | 179 | $20,422,535 |
| Grand Total for all Tax Credits | 942 | 1,064 | 1,084 | $1,649,076,213 |

**Note:** OCASE and OIDMTC applications are based on the applicant's fiscal year of activity and may include multiple productions. OSRTC Projects may receive more than one certificate per project.

# Tax Credits Help Ontario's Cultural Media Make an Impact

**Changes to the Tax Credits**

2005-06 saw significant changes made to all six of the cultural media tax credits over the course of Provincial Budgets, delivered this fiscal year.

**The Ontario Provincial Budget of May 11, 2005:**

- Increased the Film and Television Tax Credit rate from 20% to 30% and increased the Production Services Tax Credit rate from 11% to 18%.
- Removed the 48% cap that had previously existed for the Computer Animation and Special Effects tax credit.
- Clarified the definition of the term "eligible Canadian author", for the Book Publishing Tax Credit, and expanded the eligibility categories for the credit.
- Relaxed requirements for the Sound Recording Tax Credit regarding the minimum period of time a company has to be in the sound recording business, the minimum playing time of recordings, and distribution arrangements.
- Relaxed the Interactive Digital Media Tax Credit requirement to demonstrate a minimum 90% ownership of copyright in eligible products.

The result of these changes will be enhanced competitiveness of Ontario's cultural media tax credits, and also their increased accessibility.

**The Ontario Provincial Budget of March 23, 2006:**

- Proposed extending the Production Services Tax Credit Rate of 18% until March 31, 2007.
- Proposed increasing the Interactive Digital Media Tax Credit from 20% to 30% for corporations qualifying under the existing provisions.
- Proposed extending the eligibility for this credit at a rate of 20% to corporations that exceed the current size test, and to fee-for-service work done in Ontario.

**Note:** As these budget enhancements had not passed into law by the close of 2005-2006, OMDC certified Interactive Digital Media Tax Credit products on the basis of existing legislative requirements; however, once the changes have been passed, they will be retroactive based on the details of the budget announcement.

**Other Tax Credit News from 2005-06**

**Tax Credit Application Times Reduced**

Although OMDC saw an increase in tax credit applications in 2005-06, the average turnaround time for all cultural media tax credits actually decreased slightly, to 14 weeks.

**OMDC Continues to Provide Expert Support to Applicants**

In addition to certifying cultural products, the tax credits department engaged in significant outreach efforts to increase awareness and understanding of the credits and to update stakeholders on the numerous Budget changes. OMDC organized and/or participated in 17 presentations on the tax credits, from information sessions to cultural industry events and conferences.

**Presentation at Committee**

The Standing Committee on Public Accounts selected the 2004 Value for Money Audit of the cultural media tax credits to be presented at committee. OMDC appeared with the Ministries of Finance and Culture, and presented before the Standing Committee on Public Accounts. As a result, the Standing Committee tabled its "Media Tax Credits" report in the Legislature. The report contained several recommendations to OMDC and the Ministries of Finance and Culture. OMDC continued to work with the other parties towards updating the Memorandum of Understanding that governs the administration of the tax credits.

# Leadership and Knowledge Brokering

At OMDC **"knowledge brokering"** is a key principle, underpinning all aspects of our mandate. Simply put, it means offering the benefits of authority and expertise as a resource to encourage business opportunities between cultural industries. Knowledge brokering activities include the Six Degrees of Integration Conference, OMDC website, and the Agency's many research initiatives.

### "Six Degrees of Integration"

On February 8-9, 2006, OMDC and co-sponsor PricewaterhouseCoopers presented the fifth annual **Six Degrees of Integration** conference, which brought together over 200 leaders from Ontario's cultural industries (book and magazine publishing, film and television, music and interactive digital media companies).

The theme this year was: "Cultural Industries and the New Technologies." The event focused on how technology has changed – and will continue to change – the creation, distribution and delivery of cultural products.

- Futurist and trends expert Jim Carroll opened the conference with a thought provoking talk about how new technologies have forever changed the way we consume, distribute and experience cultural products.
- PricewaterhouseCoopers presented a dynamic global trend update on the entertainment industry.
- The Canadian Internet Project's benchmark study "Canada Online!" examined how Canadians' Internet use is affecting cultural consumption compared with the rest of the world.
- Lycos executives spoke about how their company is providing a platform for independent cultural creators, as well as more established companies, to market and distribute their products.

### Integration in Action

The Six Degrees of Integration conference ended with a dynamic panel discussion, moderated by TVO's *Studio 2* producer and host Paula Todd. Industry experts provided insights into the challenges and opportunities of dealing with today's "wired" reality. Raja Khanna of QuickPlay Media urged content producers to take advantage of what he called "the five minute window." Epitome Pictures' Linda Schuyler has met this challenge with *Degrassi*'s two-minute "*webisodes*", which help create anticipation for the next series. Regulating this new environment will be a challenge, as policymakers and lawyers work to ensure that the rights of producers and artists are protected, according to Susan Abramovitch, Partner and Head of Entertainment & Media at Goodman & Carr LLP. Tracey Jennings, Tax Entertainment & Media Leader with PricewaterhouseCoopers, encouraged the audience to take a proactive approach by setting up new business models to take advantage of tax savings in international distribution and development. Alfred Tolle, CEO of Lycos, said his company is seeking to expand future possibilities for artists, musicians, writers and photographers who are looking to create their own "storefronts" on the internet to market and share their ideas and products within their own social network.

# Leadership and Knowledge Brokering

### OMDC on the Web

**OMDC website** continues to provide both the public, and industry stakeholders, with an easy place to find the latest information on its many programs and services as well as current industry insights. Over the course of this fiscal year, there were 377,724 visits to our site. OMDC site visitors were also able to log on for a podcast of the Six Degrees of Integration Conference.

### Research and Long-Term Planning

- OMDC along with the Ministries of Finance and Economic Development and Trade, and the new Ministry of Research and Innovation, were involved in a working group of **Ontario's Entertainment and Creative Cluster**, led by the Ministry of Culture. The first meeting of the group occurred in September 2005 to create a strategic approach to the province's ongoing support for economic growth in the creative and cultural industries.
- In December 2005, OMDC coordinated and hosted two **roundtable discussions** between the Minister of Culture and representatives from the television and film industries, to discuss challenges and opportunities facing the two sectors. At the conclusion of each roundtable, industry representatives committed to providing the Minister with a written strategy.

# OMDC Reports, 2005-06

## OMDC Research and Reports

This fiscal year three research studies were completed:

### Canadian Books Count: Ontario Library Acquisition Study

OMDC supported a study carried out by the OBPO called *Canadian Books Count: A Study of the Ontario Library Acquisition Process*. The study was conducted in order to help publishers better understand the acquisition process, to assess the proportion of Canadian-authored titles in Ontario libraries, and to determine the factors influencing book buying decisions. The study was released at the Ontario Library Association's Super Conference in Toronto in February 2006. It shows that, on average, Canadian-authored books account for 26% of public library holdings and 34% of school library collections.

The report makes several recommendations to increase the holdings of books written by Canadians in Ontario's libraries, including:

- Developing a tracking system to allow sales of Canadian books to be monitored throughout the acquisition and cataloguing process;
- Reaching a common definition of what constitutes a "Canadian author".

The report also offers ways in which publishers and wholesalers can work together to make it easier for the library community to identify and purchase Canadian books.

### Selected Culture Industries in Ontario, 1996 to 2004

In fiscal 2005-06, OMDC commissioned a report (produced by Statistics Canada) called *Profile of Selected Culture Industries in Ontario, 1996 to 2004*. The report:

- Examines the book and magazine publishing, sound recording, and film, video and audio-visual industries;
- Analyzes recent trends in the supply of and demand for cultural goods and services;
- Analyzes government spending on each selected industry;
- Examines labour force trends and characteristics.

### Canadians and the Internet

OMDC supported the launch of the **Canadian Internet Project survey** *Canada Online!* and officially released the study - to considerable media attention - at a press conference in November 2005. OMDC is pleased to be a partner with the Canadian Media Research Consortium and other sponsors of this comprehensive benchmark survey, which compares Canadian Internet users and non-users, and explores the impact of online technologies in Canada from an international perspective. Revelations from the survey include:

- 82% of *all Canadians* have been online at one time or another.
- The majority of Canadians are heavy Internet users, with 56% saying they are online for seven or more hours per week.

Complete copies of the studies are available on OMDC website at **www.omdc.on.ca**.

# OMDC Board of Directors

OMDC's Board of Directors sets the Corporation's strategic directions. Members are appointed by Order-in-Council for a term not exceeding three years.

**Marcelle Lean, Chair** – designated February 7, 1998; retired February 7, 2006

**Peter E. Steinmetz, Vice-chair** – designated February 7, 1995; re-designated February 7, 2004

**Lillyann Goldstein** – appointed April 14, 2004

**Valerie Hussey** – appointed February 27, 2002; re-appointed February 7, 2005

**Bryan Leblanc** – appointed April 28, 2004

**Bob Richardson** – appointed November 10, 2005

**Melinda M. Rogers** – appointed February 26, 2001; re-appointed February 7, 2004

**Jeffrey Shearer** – appointed October 7, 2004

**John B. Simcoe** – appointed February 7, 2003; re-appointed February 7, 2006

**Anne-Marie Smith** – appointed February 7, 2006

**Stephen Stohn** – appointed February 7, 2001; re-appointed February 7, 2004

**Julie Thorburn** – appointed April 28, 2004

**Sheldon S. Wiseman** – appointed April 14, 2004

Total remuneration to the Board of Directors for the fiscal year ending March 31, 2006 was $11,950.00

# Management's Responsibility For Financial Statements

The accompanying financial statements have been prepared by management in accordance with Canadian generally accepted accounting principles and are the responsibility of management. Where estimates or judgments have been required, management has determined such amounts on a reasonable basis in conformity with Canadian generally accepted accounting policies.

Management maintains a system of internal controls designed to provide reasonable assurance that the assets are safeguarded and that reliable financial information is available on a timely basis. The system includes formal policies and procedures and an organizational structure that provides for appropriate delegation of authority and segregation of responsibilities. Ontario Media Development Corporation's Board of Directors is responsible for ensuring that management fulfills its responsibilities. The Board has appointed an audit committee from among its own members. The audit committee meets periodically with senior management and the Office of the Auditor General of Ontario to discuss audit, internal control, accounting policy, and financial reporting matters. The financial statements are reviewed by the audit committee before approval by the Board of Directors.

The Office of the Auditor General of Ontario conducts an annual audit in accordance with subsection 14(1) of Ontario Regulation 672/00 of the Development Corporations Act. The auditor's report outlines the scope of the auditor's examination and opinion.

Kristine Murphy
Chief Executive Officer, (A)

Cherith Muir
Director, Business Affairs &
Research, (A)

July 28, 2006

# Auditor's Report

To the Board of Directors of the Ontario Media Development Corporation and the Minister of Culture

I have audited the statement of financial position of the Ontario Media Development Corporation as at March 31, 2006 and the statements of operations, changes in net assets and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Corporation's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Corporation as at March 31, 2006 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

Toronto, Ontario
July 28, 2006

Gary R. Peall, CA
Deputy Auditor General

# Statement of Financial Position
as at March 31, 2006

| | 2006 ($ 000's) | 2005 ($ 000's) (As restated - Note 9) |
|---|---|---|
| **ASSETS** | | |
| Cash and cash equivalents | 4,156 | 3,575 |
| Due from Ministry (Note 3) | 23,000 | 2,639 |
| Accounts receivable | 57 | 133 |
| Prepaid expenses | 77 | 43 |
| Accrued interest | 13 | 3 |
| Current Assets | 27,303 | 6,393 |
| Capital Assets (Note 4) | 773 | 838 |
| | **28,076** | **7,231** |
| **LIABILITIES** | | |
| Accounts payable - programs | 603 | 362 |
| Accounts payable - other | 252 | 437 |
| Due to the Province | 522 | 477 |
| Accrued employee benefits obligation (Note 9) | 463 | 363 |
| Deferred revenue (Note 3) | 23,000 | 2,639 |
| | 24,840 | 4,278 |
| **COMMITMENTS** (Note 7) | | |
| **NET ASSETS** | | |
| Invested in capital assets | 773 | 838 |
| Unrestricted | 2,463 | 2,115 |
| | **3,236** | **2,953** |
| | **28,076** | **7,231** |

The accompanying notes are an integral part of these statements.

On behalf of the Board:

Peter Steinmetz
Chair (A)

John Simcoe
Member, Audit Committee

# Statement of Operations

## For the Year ended March 31, 2006

| | 2006 ($ 000's) | 2005 ($ 000's) (As restated - Note 9) |
|---|---|---|
| **REVENUE** | | |
| Ministry of Culture | 10,125 | 6,186 |
| Tax credit administrative fees | 762 | 532 |
| Interest | 199 | 154 |
| Return of investment under assistance programs | 20 | 84 |
| SARS funding | - | 100 |
| Other | 108 | 91 |
| | 11,214 | 7,147 |
| **EXPENSES** | | |
| Operating expenses (Notes 5 and 6) | 6,100 | 6,188 |
| Industry Development Initiatives | 3,433 | 3,251 |
| Toronto International Film Festival Group grants | 1,265 | 1,265 |
| Canadian Film Centre grants | - | 225 |
| Research Initiatives | 133 | 31 |
| SARS expenditures | - | 323 |
| | 10,931 | 11,283 |
| **EXCESS (DEFICIENCY) OF REVENUE OVER EXPENSES** | **283** | **(4,136)** |

The accompanying notes are an integral part of these statements.

# Statement of Changes in Net Assets

## For the Year ended March 31, 2006

| | | | 2006 ($ 000's) | 2005 ($ 000's) (As restated - Note 9) |
|---|---|---|---|---|
| | **Invested in Capital Assets** | **Unrestricted** | **Total** | **Total** |
| Balance, beginning of year | 838 | 2,115 | 2,953 | 7,089 |
| Excess (deficiency) of revenue over expenses | (479) | 762 | 283 | (4,136) |
| Investment in capital assets | 414 | (414) | - | - |
| **BALANCE, END OF YEAR** | **773** | **2,463** | **3,236** | **2,953** |

The accompanying notes are an integral part of these statements.

# Statement of Cash Flows

## For the Year ended March 31, 2006

| | 2006 ($ 000's) | 2005 ($ 000's) (As restated - Note 9) |
|---|---|---|
| **CASH FLOWS FROM (USED IN) OPERATING ACTIVITIES** | | |
| Excess (deficiency) of revenue over expenses | 283 | (4,136) |
| Amortization of capital assets | 479 | 475 |
| | 762 | (3,661) |
| **CHANGES IN NON-CASH WORKING CAPITAL** | | |
| Accounts receivable | 75 | (62) |
| Due from Ministry | (20,361) | (2,639) |
| Prepaid expenses | (33) | (13) |
| Accrued interest | (10) | 35 |
| Accounts payable and Due to the Province | 101 | (3) |
| Accrued employee benefits obligation | 100 | (10) |
| Deferred revenue | 20,361 | 2,639 |
| | 233 | (53) |
| **NET CASH GENERATED FROM (USED IN) OPERATING ACTIVITIES** | 995 | (3,714) |
| **CASH FLOWS USED IN FINANCING AND INVESTING ACTIVITIES** | | |
| Net purchase of capital assets | (414) | (254) |
| **NET INCREASE (DECREASE) IN CASH** | **581** | **(3,968)** |
| Cash and cash equivalents at beginning of year | 3,575 | 7,543 |
| **Cash and cash equivalents at end of year** | **4,156** | **3,575** |

The accompanying notes are an integral part of these statements.

# Notes to Financial Statements

March 31, 2006

## 1. BACKGROUND

The Ontario Media Development Corporation (the 'Corporation') is an agency of the Ministry of Culture of the Government of Ontario created under Regulation 672/00 of the *Development Corporations Act*, and as such is not required to pay income taxes. The Corporation promotes the economic growth of Ontario's cultural media sector and focuses on strategic partnerships among all the industries — film, television, sound recording, book and magazine publishing and interactive digital media.

## 2. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

**a) Basis of Accounting**
These financial statements have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

**b) Capital Assets**
Capital assets are recorded at cost less accumulated amortization. Capital assets are amortized on a straight-line basis over the following terms beginning in the year of acquisition or year of use, if later:

| | |
|---|---|
| Furniture and Office Equipment | 10 years |
| Computer Hardware | 3 years |
| Customized Computer Software | 3 years |
| Website | 3 years |
| Leasehold Improvements | 5 years |

**c) Revenue Recognition**
Government operating grants are recognized in the period received. If not received or where grants relate to a future period, they are deferred and recognized in the subsequent period.

Tax credit administrative fees are recognized when earned, which is normally upon receipt. The return of investment under assistance programs is recorded on a cash basis because a reasonable estimate of the amounts to be collected cannot be made.

**d) Contributed Services**
Contributed services are received for certain events and are not recognized in the financial statements.

**e) Cash and Cash Equivalents**
Cash and cash equivalents includes cash on hand, current bank accounts and short-term deposits with terms of maturity of less than 93 days.

**f) Use of Estimates**
The preparation of financial statements in accordance with Canadian generally accepted accounting principles requires that management make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities as at the date of the financial statements and the reported amounts of revenue and expenses. Actual amounts could differ from these estimates.

## 3. DUE FROM MINISTRY

On March 28, 2006 the Ministry of Culture approved additional one-time funding for the Corporation of $23.0 million, which the Board of Directors has allocated to strategic priorities over the next three fiscal years.

# Notes to Financial Statements

March 31, 2006

## 4. CAPITAL ASSETS

| | | | 2006 ($000's) | 2005 ($000's) |
|---|---|---|---|---|
| | Cost | Accumulated Amortization | Net Book Value | Net Book Value |
| Furniture and Office Equipment | 295 | 113 | 182 | 209 |
| Computer Hardware | 62 | 36 | 26 | 10 |
| Customized Computer Software | 992 | 604 | 388 | 346 |
| Website | 60 | 40 | 20 | 40 |
| Leasehold Improvements | 390 | 233 | 157 | 233 |
| | **1,799** | **1,026** | **773** | **838** |

## 5. OPERATING EXPENSES

| | 2006 ($ 000's) | 2005 ($ 000's) (As restated - Note 9) |
|---|---|---|
| Salaries, Wages and Benefits | 4,019 | 3,808 |
| Corporate Expenses and Operations | 443 | 480 |
| Consulting Services | 172 | 340 |
| Amortization of Capital Assets | 479 | 475 |
| Advertising, Promotion & Publications | 204 | 258 |
| Program Support | 625 | 673 |
| Travel | 158 | 154 |
| | **6,100** | **6,188** |

## 6. RELATED PARTY TRANSACTIONS

Certain office accommodation costs have been absorbed by the Ministry of Culture and are not included in the Statement of Operations.

## 7. COMMITMENTS

a) **Program Commitments**
The Corporation has approved grants and loans in the amount of $1,059,000 (2005 - $100,000) which will be paid out of existing funds over the next year if and when certain requirements are satisfactorily met by recipients.

b) **Lease Commitments**
The Corporation is committed under operating leases for premises, computers and office equipment to future minimum payments totalling $153,000 for premises and $200,000 for computers and office equipment. The lease for premises expires October 31, 2008, and the leases for computers and office equipment expire at various times during the next four years.

## 8. OBLIGATION FOR EMPLOYEE FUTURE BENEFITS

The Corporation's employees are entitled to benefits that have been negotiated centrally for Ontario Public Service employees. The future liability for benefits earned by the Corporation's employees is included in the estimated liability for all provincial employees and is recognized in the Province's consolidated financial statements. These benefits are accounted for by the Corporation as follows:

**a) Pension Plans**

The Corporation provides pension benefits to its classified full time employees through participation in the Public Service Pension Fund and the Ontario Public Service Employees' Union Pension Fund. These plans are accounted for as defined contribution plans as the Corporation has insufficient information to apply defined benefit plan accounting. The pension expense represents the Corporation's required contributions to the plans during the fiscal year. The Corporation's required contributions to the pension plans for the year ended March 31, 2006 were $215,000 (2005 - $200,000) and are included in Operating expenses.

**b) Accrued Employee Benefits Obligation**

The costs of any legislated severance and unused vacation entitlements earned by employees are recognized when earned by eligible employees. These costs for the year amounted to $100,000 (2005 - ($10,000)) and are included in employee benefits in Operating expenses.

**c) Other Non-Pension Post-Employment Benefits**

The cost of other non-pension post-retirement benefits is determined and funded on an ongoing basis by the Ontario Ministry of Government Services and accordingly is not included in these financial statements.

## 9. CHANGE IN ACCOUNTING POLICY

In prior years, the Corporation did not record the liabilities pertaining to the legislative severance and compensated absences components of its employee future benefit costs because these liabilities had been determined and recognized by the Province in its financial statements. While the Province continues to accrue for these costs each year and to fund them annually when due, the Auditor General has requested and management has agreed that the Corporation also recognize the liability for these costs in these financial statements. This change in accounting policy was implemented in the current year and has been applied retroactively. The effect of this change is as follows:

| | 2005 Previously stated | Increase (Decrease) | 2005 Restated |
|---|---|---|---|
| Accrued employee benefits obligation | - | 363 | 363 |
| Deficiency of revenue over expenses | (4,146) | 10 | (4,136) |
| Net assets - April 1, 2005 | 7,462 | (373) | 7,089 |

# Supplemental Information
## Unaudited

THE FOLLOWING CHART ILLUSTRATES THAT 85.5% OF OMDC'S EXPENDITURES FOR THE YEAR ENDED MARCH 31, 2006 ARE PROGRAM-RELATED.

## Expenditure Breakdown

For the Year ended March 31, 2006

| | Corporate | Program Related | 2006 Total ($000's) |
|---|---|---|---|
| Direct Support (from Statement of Operations): | - | 4,831 | 4,831 |
| From Note 5: | | | |
| Salaries, Wages and Benefits | 1,056 | 2,963 | 4,019 |
| Corporate Expenses and Operations | 243 | 200 | 443 |
| Consulting Services | 23 | 149 | 172 |
| Amortization of Capital Assets | 149 | 330 | 479 |
| Advertising, Promotion & Publications | 86 | 118 | 204 |
| Program Support | - | 625 | 625 |
| Travel | 31 | 127 | 158 |
| **Total Expenditures** | **1,588** | **9,343** | **10,931** |
| **% of total** | **14.5%** | **85.5%** | **100%** |

Ontario

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE L'ONTARIO

# RAPPORT ANNUEL DE 2005-2006

Ontario

Ontario Media Development Corporation

Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario

**Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO)**
175, rue Bloor Est, Édifice Sud, bureau 501, Toronto (Ontario) M4W 3R8

Publié par le ministère de la Culture © Gouvernement de l'Ontario, 2006 ISSN 0836-1363

Imprimé sur du papier recyclé

# Avant-propos
## La culture, c'est notre affaire

Derrière chaque entreprise à but lucratif se cache une excellente idée. C'est tout particulièrement le cas lorsque les « produits » en question sont les livres, les revues, la télévision, le cinéma, la musique ou les jeux et produits multimédias interactifs numériques. En fait, pour nos médias culturels, l'idée *est* le produit.

Ceci étant, des soutiens à la fois financiers et stratégiques sont nécessaires pour que d'excellentes idées puissent voir le jour. En 2005-2006, la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario a, grâce au renouvellement de son financement, rapproché créativité et ressources, de façon à ce que les médias culturels de l'Ontario puissent s'épanouir.

La SODIMO aide les talents ontariens à se développer et à prospérer, aussi bien au Canada que sur les marchés internationaux...et ainsi à enrichir nos vies. Des médias culturels prospères enrichissent également l'économie ontarienne, en créant des emplois et en encourageant la croissance industrielle dans d'autres secteurs, tant culturels que non culturels. Si nous le savons, c'est parce que *La culture, c'est notre affaire.*

## Notre mandat

La Société a pour mandat de stimuler l'emploi et les investissements en Ontario en :

a) contribuant au développement continu d'un climat d'affaires en Ontario propice à la croissance de l'industrie des médias culturels et à la croissance d'emplois, d'investissements et de possibilités de production dans la province;

b) facilitant et appuyant l'innovation, l'inventivité et l'excellence dans l'industrie des médias culturels par la stimulation de la production créatrice, l'innovation des modes de présentation et la création de nouveaux modèles de collaboration entre les secteurs de cette industrie;

c) favorisant et facilitant la coopération entre les diverses entités de l'industrie des médias culturels et entre les secteurs public et privé pour tirer parti des synergies en matière de conception et de création de produits comportant un contenu canadien original;

d) favorisant la promotion et la commercialisation de l'industrie des médias culturels de l'Ontario pour que la province soit considérée comme un chef de file mondial dans ce domaine;

e) administrant les programmes de crédits d'impôt provinciaux et les autres programmes et initiatives aux termes des lois pertinentes ou selon les directives d'un ministre du gouvernement de l'Ontario; et

f) agissant comme un catalyseur dans le domaine de l'information, de la recherche et du développement technique dans l'industrie des médias culturels, à l'échelle provinciale, nationale et internationale.

# Message du président

À la ministre : L'honorable Caroline Di Cocco
Ministre de la Culture

Madame la ministre,

Au nom du conseil d'administration de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO), j'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel pour l'exercice 2005-2006.

À la SODIMO, notre devise, *La culture, c'est notre affaire!*, souligne le rôle important que jouent les industries culturelles de l'Ontario dans l'économie de la province. En tant qu'éléments clés du secteur du divertissement et de la création de la province, ces industries contribuent à hauteur de plusieurs milliards de dollars à l'économie et génèrent des dizaines de milliers d'emplois chaque année. Des recherches ont montré que le secteur du divertissement et de la création sera un élément phare de l'économie de la province au cours des 20 prochaines années – avec une croissance largement supérieure à celle d'un grand nombre d'industries traditionnelles.

Le 28 mars 2006, en reconnaissance du rôle vital que joue le secteur, le gouvernement de l'Ontario a accordé à la SODIMO un financement ponctuel de 23 millions de dollars. Cette somme est venue s'ajouter à l'annonce budgétaire faite en mars 2006, en vertu de laquelle 7,5 millions de dollars seront versés sur trois ans au profit d'un **Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création** pour l'acquisition de compétences, le renforcement de la capacité, la conception de prototypes et le marketing, des fonds qui seront cogérés par la SODIMO.

Le **Fonds de partenariats pour le secteur** reposera sur le succès que la SODIMO a connu jusqu'à présent dans le secteur des industries culturelles.

Vous constaterez au cours de la lecture de ce rapport que de nombreux exemples illustrent à quel point les programmes dynamiques de la SODIMO aident de manière tangible les intervenants à atteindre leurs objectifs commerciaux. Nous sommes reconnaissants au ministère d'avoir fait confiance à la SODIMO, et nous veillerons à ce que l'Ontario continue d'être reconnu comme une compétence mondiale au plan des investissements, de la création, de la production et de l'appréciation des produits originaux des médias culturels.

Respectueusement soumis,

Kevin Shea
Président

# Message de la directrice générale

La SODIMO joue un rôle de chef de file en matière de soutien offert aux industries culturelles de l'Ontario pour leur permettre de réaliser leurs objectifs commerciaux – c'est-à-dire assurer la prospérité et créer un excellent contenu culturel pour la population de la province. Le mandat de la SODIMO consiste à offrir des possibilités de développement économique aux six industries des médias culturels de l'Ontario : les livres, les revues, le cinéma et la télévision, la musique et les produits multimédias interactifs numériques.

En tant que catalyseur des médias culturels de l'Ontario, nous promouvons, encourageons et tirons parti des investissements, des emplois et de la création d'un contenu original. Nous recourons pour ce faire à un ensemble de mesures alliant crédits d'impôts, programmes et services.

Sous l'égide d'un conseil d'administration dévoué, le personnel de la SODIMO offre à sa clientèle de tous les secteurs des initiatives intéressantes, en faisant preuve d'un engagement et d'un enthousiasme réels. La SODIMO prend ses responsabilités au sérieux. Voici quelques-uns des temps forts que nous avons connus cette année :

- La SODIMO a commandité **iSUMMIT 2006**, un événement qui a rassemblé plus de 300 professionnels des industries de la musique, du cinéma, de la télévision, de la téléphonie mobile, des produits multimédias interactifs numériques et des jeux vidéo, et dont le but était de se tenir au courant des tendances émergentes et d'envisager de nouveaux débouchés.
- Le **Programme d'accès aux marchés** (PAM) de la SODIMO a aidé 89 entreprises ontariennes à proposer leurs produits culturels sur des marchés étrangers.
- L'**Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique** a investi 1,5 million de dollars dans 15 longs métrages provinciaux. Le fonds était destiné à permettre un apport de capital afin de compenser les coûts de conception et le coût de financement final de la production de longs métrages autochtones dans la province.
- La **Conférence Six degrés d'intégration** de la SODIMO a touché une corde sensible chez plus de 300 participants. Le thème était le suivant : *Les industries culturelles et les nouvelles technologies* (ou comment les nouvelles technologies ont influé – et continueront d'influer – sur la création, la diffusion et la prestation de produits culturels).
- Le **Fonds du livre** de la SODIMO a accordé à 36 éditeurs ontariens un financement pour entreprendre des initiatives de marketing novatrices.

Aucune de ces activités n'aurait pu être entreprise avec succès sans le soutien et le dévouement de notre conseil d'administration et de notre personnel.

Respectueusement soumis,

Kristine Murphy

Kristine Murphy
Directrice générale (par intérim)

# Contenu original : Nourrir les racines

## Les fonds de la SODIMO stimulent la création d'un contenu original

Par le biais de services de financement, de consultation d'experts et d'autres services, les programmes de la SODIMO encouragent aussi bien la création que le marketing efficace et la vente de produits originaux créés par les industries culturelles de l'Ontario.

Le **Fonds du livre de la SODIMO**, le **Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues**, le **Fonds de musique de la SODIMO**, l'**Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique** et le **Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques** encouragent les secteurs des médias culturels de l'Ontario à connaître une croissance constante.

### Fonds du livre de la SODIMO

Trente-six éditeurs ontariens ont reçu un financement en 2005. Parmi eux, 29 ont fait état de ventes réelles et projetées d'un montant de 3 935 741 $, pour des investissements de 594 694 $. La rentabilité d'exploitation est par conséquent de 6,61 $ par dollar investi, un chiffre impressionnant.

**Récipiendaires de l'édition 2005 du Fonds du livre de la SODIMO :**

Annick Press
Between the Lines
Brick Books
Canadian Scholars' Press
Coach House Books
Cormorant Books
Crabtree Publishing Company
Dundurn Press
ECW Press
Éditions Prise de parole
Éditions du Vermillon
Groundwood Books
House of Anansi Press
Insomniac Press
Irwin Law
James Lorimer and Company
Kids Can Press
Maple Tree Press
McArthur & Company
McClelland & Stewart
Napoleon Publishing
Natural Heritage Book
Oberon Press
Pembroke Publishers Ltd.
Pippin Publishing
Porcupine's Quill
R.K. Publishing
Sara Jordan Publishing
Second Story Press
Sumach Press
Thomas Allen Publishers
Thompson Educational Publishing
Tundra Books
University of Toronto Press
White Knight Publications
Wilfrid Laurier University Press

*« M&S et ses semblables, les éditeurs canadiens, ont énormément bénéficié du Fonds du livre de la SODIMO. La vitesse et l'efficacité avec lesquelles le programme attribue et décerne les prix nous permet d'élaborer à temps des initiatives de marketing vraiment utiles. Par ailleurs, la souplesse du programme permet à chaque entreprise de réaliser des ébauches de plan de marketing adaptées à sa liste et à sa situation. Le financement de la SODIMO – qui s'ajoute à ce que notre entreprise engage normalement pour réaliser ses plans de marketing – nous permet également d'expérimenter et d'innover au-delà de notre publicité traditionnelle. Cela est de plus en plus crucial à l'heure où les possibilités de développement des médias du livre se font de plus en plus minces et où les éditeurs doivent trouver de nouveaux moyens de porter leurs livres à l'attention des consommateurs. »*

**— Susan Renouf, vice-présidente et éditrice associée, McClelland & Stewart**

# Contenu original : Nourrir les racines

**Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues**

Le Fonds a soutenu 22 éditeurs de revues ontariens indépendants. La compétition a été particulièrement féroce cette année, et le jury a été impressionné par la qualité des candidatures. Les candidats retenus ont reçu jusqu'à 75 % du montant total du budget de leur projet, une aide plafonnée à 25 000 $.

**Récipiendaires du Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues :**

Alternatives Inc., ***Alternatives Journal***
C.E.BIZ Corp., ***C.E.BIZ***
Canadian Art Foundation, ***Canadian Art***
Canadian Geographic Enterprises, ***Canadian Geographic***
Canadian Independent Film and Television, ***Take One***
Canadian Newcomer Magazine Inc., ***Canadian Newcomer***
Canadian Review of Books Ltd., ***Books In Canada***
Corporate Knights Inc., ***Corporate Knights***
Explore Media Ltd., ***Explore***
Gripped Inc., ***Gripped***
Harworth Publishing, ***SpaLife***
JM Publishing DIY, ***Boat Owner***
Jon R Group, ***Visitor Guide***
Media Matters Incorp., ***Collision Repair***
No Fear Publishing, ***Fab***
North Island Publishing, ***Masthead***
Outpost Inc., ***Outpost***
Promotive Communications Inc., ***Biotechnology Focus***
Sky News Inc., ***Sky News***
Solstice Publishing, ***Ski Canada***
Verge Magazine Inc., ***Verge***
Youth Culture Inc., ***Vervegirl***

*« Le financement obtenu grâce au Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues a rendu possible la réalisation d'une campagne publicitaire à l'occasion du 10e anniversaire d'Outpost, une campagne que nous n'aurions pas été en mesure de financer autrement. Avec des revenus publicitaires en hausse, les résultats de notre projet se font déjà sentir... En tant qu'éditeur de revue indépendant et entreprenant, nous sommes persuadés que ce programme de financement convient idéalement à notre industrie : il est axé sur les projets, offre un délai d'exécution rapide, et aide à financer notre entreprise en pleine croissance grâce à la mise en œuvre d'idées créatrices. »*

— **Matt Robinson, éditeur, *Outpost***

**Fonds de musique de la SODIMO**

Onze marques ontariennes ont été sélectionnées en vue de recevoir un soutien de la part du Fonds de musique de la SODIMO. Le Fonds octroie à des marques ontariennes la somme maximale de 25 000 $ afin de contribuer à la croissance de leur entreprise par le biais de la mise en œuvre de nouvelles initiatives. Son objectif est de renforcer les marques indépendantes de la province.

**Récipiendaires du Fonds de musique de la SODIMO :**

Casablanca Kids Inc.
The Children's Group Inc.
Do Right Music
Hi-Bias Records Inc.
Last Gang Records Inc.
Linus Entertainment Inc.
Marquis Records
Paper Bag Records
Six Shooter Records
True North Records
Urbnet Communications

*« Le Fonds de musique de la SODIMO a permis à Last Gang Records de se concentrer, au cours de l'année passée, sur ses relations internationales en matière d'octroi de licences. De ce fait, nous avons connu un véritable succès avec Metric, MSTRKRFT, Emily Haines et Death From Above 1979 au Royaume-Uni, en Europe, au Japon et en Australie. Ce soutien s'est manifesté à un point tournant de la phase de développement de la marque et nous a permis de bâtir notre entreprise en nous appuyant sur la force du génie canadien. »*

— **Chris Taylor, Last Gang Records**

# Contenu original : Nourrir les racines

**Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique**
L'année 2005 a vu le lancement on ne peut plus réussi de l'Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique – un programme pilote destiné à soutenir la prise en charge des coûts de développement final et à accorder un financement de dernier recours pour la production de longs métrages en Ontario.

- L'initiative a été élaborée pour soutenir une vaste gamme de projets dont la province peut tirer profit sur les plans culturel et économique. Les producteurs ontariens ont pu déposer des demandes d'un montant maximum de 50 000 $ pour des projets de développement et d'un montant maximum de 250 000 $ pour la composante finale de leur financement, afin de faire avancer les projets au stade de la production. Ce financement se présente sous la forme d'une avance remboursable.
- L'appel de demandes a été particulièrement bien entendu. Nous avons reçu 63 demandes : 36 projets de développement et 27 projets de production. L'Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique a soutenu huit projets de production (un investissement de 1 230 000 $) et six projets de développement (un investissement de 230 000 $). Le montant total des budgets de production (calculé sur la base des demandes) des films ayant reçu une aide à la production cinématographique par le biais de l'Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique a été supérieur à 50 millions de dollars.

| **Récipiendaires du volet Production de l'Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique :** | **Récipiendaires du volet Développement de l'Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique :** |
|---|---|
| ***100 Films and a Funeral***, 100 Films Inc.<br>***Away From Her***, Pulling Focus Pictures Inc.<br>***Citizen Duane***, Accent Entertainment Corp.<br>***Fugitive Pieces***, Serendipity Point Films Inc.<br>***Poor Boy's Game***, Conquering Lion Prod.<br>***Rumspringa***, Amaze Film + Television Inc.<br>***Step***, Sienna Films Inc.<br>***Weirdsville***, Darius Films Inc. | ***Finn On The Fly***, Amaze Film + Television Inc.<br>***High Life***, Triptych Media Inc.<br>***One Eyed Jacks***, Capri Films Inc.<br>***Raven***, Pebblehut Too Inc.<br>***Smashed***, Alcina Pictures Ltd.<br>***Think Like A Heel***, Sarrazin Couture Entertainment Inc. |

*Récipiendaire du volet production de l'Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique, Julia Sereny, productrice chez Sienna Films, explique que sans cet investissement crucial, son film Step n'aurait pas vu le jour : « L'Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique contribuera à raviver la production autochtone en Ontario, ce qui implique une augmentation substantielle des dépenses locales et un soutien accru aux petites entreprises locales telles que la nôtre ».*

# Contenu original : Nourrir les racines

**Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques**
Vingt-deux demandes de financement dans le cadre du Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques ont été reçues, et la SODIMO a investi un total de 550 000 $ dans huit projets. La valeur approximative des projets ayant reçu un soutien par le biais du Fonds est de 2,7 millions de dollars.

**Récipiendaires du Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques :**

Bitcasters: ***Hollywood Tycoon***
Capybara Games Inc.: ***Rising Tide***
Marblemedia: ***The Art of Seduction***
OmniG Software: ***Snow Rally Canada***
QuickPlay Media: ***The Mars Project Interactive***
SailorJones Media: ***Fundamental Freedoms***
Splashworks.com Inc.: ***Mariposa***
TerraBuilder: ***TerraBuilder: Moon***

*« La SODIMO offre l'un des rares types de soutien et d'aide qui contribuent véritablement au succès de notre entreprise. Grâce à la SODIMO, nous entreprenons des projets plus originaux avec un potentiel largement supérieur à ce que nous faisions auparavant. »*

**— Nathon Gunn, président-directeur général, Bitcasters**

**Cinq projets pl@tform diffusés sur Sympatico/MSN**
Le programme **pl@tform** de la SODIMO, géré par New Media Business Alliance, a officiellement présenté cinq projets au public sur Sympatico/MSN, en 2005-2006. Ces projets ont été conçus pour donner aux nouveaux producteurs de produits multimédias interactifs numériques la possibilité de faire valoir leurs talents par le biais d'une bourse maximale de 30 000 $.

*Move or Die*, créé par Zap Dramatic, et *Above the Clouds*, créé par Email from the Edge Inc., ont été lancés en avril 2005. Ils ont également été présentés à l'occasion d'une exposition de produits inaugurée au Design Exchange, dans le cadre de Digifest, le festival canadien annuel de design et de culture numérique. En octobre 2005, Sympatico/MSN a lancé la deuxième vague de projets soutenus par pl@tform, qui comprenait *NovICE: A Beginner's Guide to Hockey* de Learning Edge Corp., *Global Kitchens* créé par Snoek Media, et *Wine Dating Game* de Wired Schoolhouse Inc.

# Prix Trillium/Trillium Book Award
## Hommage rendu aux auteurs ontariens

Toutes les personnes présentes au St. Lawrence Hall, le 27 avril 2005, étaient d'humeur plutôt festive à l'occasion de la 18e édition annuelle de la remise des Prix Trillium. Les prix administrés par la SODIMO sont la distinction littéraire ontarienne la plus prestigieuse.

Les jurys de langue française et de langue anglaise ont passé en revue 325 ouvrages, un record à ce jour. L'honorable Madeleine Meilleur, ministre de la Culture, et la présidente de la SODIMO, Marcelle Lean, ont toutes deux eu l'honneur de présenter les résultats des délibérations des deux jurys. Les voici :

- ***All That Matters*** (Doubleday Canada), de Wayson Choy, ou le récit intime du passage à l'âge adulte de Kiam-Kim Chen dans le Chinatown de Vancouver des années 30 et 40, a reçu le Prix littéraire Trillium de langue anglaise assorti d'un chèque de 20 000 $.

- Antonio D'Alfonso a reçu le Prix littéraire Trillium de langue française assorti d'un chèque de 20 000 $ pour ***Un vendredi du mois d'août*** (Leméac Éditeur).

- Maureen Scott Harris repart avec le Prix de poésie Trillium assorti d'un chèque de 10 000 $ pour son ouvrage ***Drowning Lessons*** (Pedlar Press).

**Voici les finalistes français de l'édition 2005 du Prix Trillium/Trillium Book Award :**

**Marguerite Andersen**, *Parallèles*
(Les Éditions Prise de Parole)

* **Antonio D'Alfonso**, *Un vendredi du mois d'août*
(Leméac Éditeur)

**Jacques Flamand**, *Quand éclate la pierre (1986-2004)*
(Les Éditions du Vermillon)

**Maurice Henrie**, *Les roses et le verglas*
(Les Éditions Prise de Parole)

**Nathalie Stephens**, *L'injure*
(Éditions de l'Hexagone)

**Voici les finalistes anglais de l'édition 2005 du Prix Trillium/Trillium Book Award :**

**Shaughnessy Bishop-Stall**, *Down To This*
(Random House Canada)

**Roo Borson**, *Short Journey Upriver Toward Ōishida*
(McClelland & Stewart)

**Catherine Bush**, *Claire's Head*
(McClelland & Stewart)

* **Wayson Choy**, *All That Matters*
(Doubleday Canada)

**Jane Jacobs**, *Dark Age Ahead*
(Random House Canada)

**Alice Munro**, *Runaway*
(McClelland & Stewart)

**Michael Winter**, *The Big Why*
(House of Anansi Press)

**Voici les finalistes du Prix de poésie Trillium :**

* **Maureen Scott Harris**, *Drowning Lessons* (Pedlar Press)

**Ray Hsu**, *Anthropy* (Nightwood Editions)

**Rachel Zolf**, *Masque* (The Mercury Press)

* Lauréats

# Soutenir les produits culturels de haute qualité de l'Ontario...sur les marchés mondiaux

**La SODIMO soutient efficacement la présence de l'Ontario sur les marchés internationaux de quatre manières différentes :**

1) En participant avec tous les paliers de gouvernement et tous les organismes professionnels au parrainage d'activités de marketing sur les principaux marchés internationaux.

2) En aidant financièrement les producteurs artistiques et de médias de l'Ontario à optimiser leur présence sur les marchés internationaux et lors de manifestations internationales.

3) En fournissant un soutien stratégique aux entreprises culturelles de l'Ontario pour leur permettre de participer aux manifestations internationales de marketing, afin de tirer le meilleur parti de nouvelles possibilités de ventes.

4) En créant de nouvelles possibilités sur les marchés internationaux par le biais du réseautage, de la formation et de la sensibilisation.

### Exporter la culture

Dans le cadre de ses activités de marketing à l'exportation, la SODIMO favorise la présence de l'Ontario aux principaux festivals et sur les grands marchés internationaux. La SODIMO s'est associée à des organismes d'autres provinces, et avec Téléfilm, sur les marchés **MIPTV** et **MIPCOM TV** de Cannes. Ce sont les deux plus importantes manifestations commerciales du calendrier télévisuel, et plus de 40 entreprises de l'Ontario se sont inscrites à chacun de ces marchés. Ces entreprises ont ainsi pu enregistrer plus de 20 millions de dollars de ventes, de prévisions de ventes et de pré-ventes pour ces deux marchés.

La SODIMO, avec ses partenaires fédéraux et provinciaux, a aussi soutenu le *Pavillon canadien* au **Festival de Cannes**, en créant un centre de marketing et d'affaires pour les producteurs et les distributeurs ontariens participant au festival. Cette année – pour la toute première fois – deux producteurs ontariens avaient des films en compétition officielle au même moment : *La Vérité nue* d'Atom Egoyan et *A History of Violence* de David Cronenberg. La SODIMO et ses partenaires, la Guilde canadienne des réalisateurs - Ontario et le Toronto Film and Television Office, ont profité de cette occasion de marketing sans précédent en insérant trois annonces quotidiennes dans le magazine commercial londonien, *Screen International*, faisant ainsi la promotion de Toronto et de l'Ontario en tant que grands centres d'affaires.

### Introduire les médias culturels sur de nouveaux marchés

Au cours de l'exercice 2005-2006, le **Programme d'accès aux marchés** (PAM) de la SODIMO a apporté son soutien financier et stratégique à 89 sociétés ontariennes, pour leur permettre de toucher des marchés étrangers en participant à des manifestations. Les ventes réalisées et prévues sur les marchés étrangers par les sociétés ontariennes de médias culturels se chiffrent à environ 62 000 000 $.

- En mai 2005, six concepteurs de jeux ontariens ont participé à **E3**, une conférence sur la culture des jeux numériques, à Los Angeles.
- La première **mission en Chine d'éditeurs canadiens de livres** a atterri à Beijing en juin 2005 pour une tournée de 10 jours. La SODIMO s'est associée à l'Association of Canadian Publishers pour aider les huit éditeurs ontariens à découvrir de nouveaux débouchés sur le marché chinois (le marché de consommation qui connaît la croissance la plus rapide au monde).

*Les professionnels qui ont profité de l'initiative du PAM de la SODIMO en 2005-2006 se sont montrés très élogieux à l'égard de ce programme. Michelle Henderson, The Children's Group, a déclaré : « Grâce à nos réunions programmées à l'avance et à la réception de l'Ontario, nous avons pu explorer de nouvelles possibilités avec nos clients actuels et avec des clients éventuels. Les réunions auxquelles nous avons participé étaient de la plus haute qualité et nous ont offert un grand nombre de possibilités d'expansion de nos affaires à travers le monde. »*

# Soutenir les produits culturels de haute qualité de l'Ontario...sur les marchés mondiaux

- Huit producteurs ontariens de documentaires ont participé à la manifestation **Sunny Side of the Doc**, à Marseille, en France, en juin et juillet 2005, avec le soutien de la SODIMO. Sunny Side est une manifestation annuelle clé qui rassemble 1 800 acheteurs, directeurs de rédaction, producteurs et décisionnaires internationaux de haut niveau, lors de forums et de présentations. Cette manifestation crée une atmosphère dynamique et génère des contacts intéressants pour la réalisation de véritables accords de coproduction.

- Huit responsables de marque ontariens se sont rendus à **Popkomm** avec le soutien du PAM, en septembre 2005. Popkomm se tient à Berlin, en Allemagne, et c'est, par la taille, le second marché européen de la musique.

- La SODIMO a apporté son soutien à la participation de huit producteurs ontariens de longs métrages à l'**American Film Market** de Santa Monica, en Californie, en novembre 2005, pour mener à bien le conditionnement et la vente de projets.

- En novembre également, la SODIMO a permis à sept producteurs ontariens de documentaires de participer à l'**International Documentary Forum** à Amsterdam. Le forum est le plus important marché de mise en valeur de produits, permettant d'accéder aux diffuseurs internationaux de documentaires.

- Janvier 2006 : les marques ontariennes de musique ont remporté un succès à Londres, au Royaume-Uni, avec le **Canada UK Music Symposium**, soutenu par la SODIMO et présenté par le Haut-commissariat du Canada à Londres, au Royaume-Uni.

- En janvier 2006 également, la SODIMO a apporté son soutien à 11 marques ontariennes au **MIDEM** de Cannes, en France. La SODIMO était, en outre, l'un des partenaires du *stand du Canada* à la manifestation de cette année, de même que les conseillers internationaux en organisation qui étaient là pour offrir, avant la mise sur le marché, leurs conseils stratégiques concernant les principaux territoires de commercialisation. La SODIMO a également organisé une réception de réseautage très réussie, en partenariat avec huit sociétés importantes de l'Ontario, ce qui a permis à des sociétés ontariennes de nouer des contacts internationaux importants.

- La SODIMO a apporté son soutien à trois producteurs ontariens de produits multimédias interactifs numériques travaillant dans le domaine de l'apprentissage électronique, pour qu'ils puissent assister à **BETT, the Educational Technology Show**, en janvier 2006, à Londres, en Angleterre.

- En janvier 2006, la SODIMO a soutenu la participation à Washington, DC, de quatre producteurs de télévision au **Washington Sunny Side Rendezvous** pour vanter les mérites de projets auprès de radiodiffuseurs et de co-producteurs français et américains et effectuer des pré-ventes.

- Le mois suivant, cinq producteurs ontariens, parrainés par la SODIMO, ont assisté au **Festival international du film de Berlin**. La SODIMO a contribué à coordonner leur présence au *stand du Canada* et à faciliter les réunions. Pour aider la délégation de l'Ontario à promouvoir les avantages du tournage en Ontario et de la coproduction avec des producteurs ontariens, la SODIMO a co-parrainé une réception de réseautage rassemblant de nombreux participants à l'ambassade canadienne.

- En février 2006 également, huit cadres supérieurs de sociétés de l'industrie des médias culturels de l'Ontario ont été choisis pour participer au **KidScreen Summit**, à New York. Cinq des six groupes d'industries culturelles de la SODIMO y étaient représentés.

- Le même mois, quatre producteurs ontariens ont assisté à **UK TV Immersion** à Manchester, en Angleterre, avec l'aide de la SODIMO. Cette initiative, dirigée par Téléfilm, a rassemblé 25 producteurs de télévision canadiens et britanniques dans le but d'explorer les possibilités de coproduction et d'établir des relations fondées sur une interprétation commune des modèles commerciaux concernés.

- En mars 2006, la SODIMO a apporté son soutien à six concepteurs de jeux ontariens pour qu'ils puissent assister à la **Game Developers Conference** de San José, en Californie. Les sociétés ont assisté aux réunions de la conférence et ont participé à des manifestations de réseautage organisées par la SODIMO.

- Le PAM de la SODIMO a apporté son soutien à 11 sociétés d'enregistrement ontariennes indépendantes pour qu'elles puissent assister à la **SXSW Music Festival and Conference** d'Austin, au Texas, en mars. Cette manifestation très cotée constitue la meilleure occasion de présenter ses produits, de réseauter, et de pénétrer ainsi sur le marché américain.

*Earl Rosen de Marquis Records a remercié en ces termes la SODIMO pour son soutien au séminaire britannique précédant le MIDEM et au* ***MIDEM*** *: « J'ai noué des contacts inestimables qui déboucheront sur des affaires pour Marquis. C'était l'un des MIDEM les plus productifs auxquels j'ai participé depuis de nombreuses années. La participation de la SODIMO nous a été très utile pour réaliser nos objectifs. »*

# Soutenir les produits culturels ontariens d'excellente qualité...chez nous

**Les marchés et les festivals constituent de bonnes opportunités de vente**

Outre ses programmes et initiatives dans le domaine du marketing international, la SODIMO soutient activement les médias culturels ontariens sur les marchés nationaux. En 2005-2006, les ventes actuelles et prévues réalisées sur les marchés canadiens par les sociétés ontariennes des médias culturels ont totalisé environ 3 200 000 $.

La SODIMO a accordé son soutien aux ventes nationales lors d'une grande série de manifestations en 2005-2006, par le biais de son programme **Marchés et festivals**. Vous trouverez ci-dessous une sélection des faits marquants de l'année :

- **Film Circuit**, organisé par le Toronto International Film Festival® Group, a reçu en 2005-2006 un financement de la SODIMO. Il assure la promotion et la diffusion de films canadiens et internationaux indépendants dans des centres régionaux de l'Ontario et à l'extérieur de la province, faisant ainsi croître le nombre de spectateurs et le niveau des recettes.
- Le **Hot Docs Canadian International Documentary Film Festival de 2005**, avril et mai 2005, a remporté le succès le plus éclatant à ce jour. La SODIMO a parrainé des activités professionnelles essentielles, telles que le *Toronto Documentary Forum*, les séances de marketing de *Rendezvous* auprès des directeurs de rédaction et les nouvelles réunions minutées entre producteurs qui ont pour vocation de faciliter les coproductions internationales.
- **Mags University**, juin 2005. La SODIMO a parrainé plusieurs séances sectorielles de l'Association des éditeurs de magazine canadiens, incluant *Getting on the Radar: Meet the Media Buyers and Planners*, qui a rassemblé des vendeurs d'espace publicitaire dans les magazines et des décisionnaires clés pour les achats dans les médias. La SODIMO a également parrainé une séance de la Presse spécialisée du Canada consacrée à la planification de l'avenir, qui incluait des rencontres en tête-à-tête avec le meilleur spécialiste canadien en prospective, Richard Worzel.
- **Banff Worldwide Television Festival**, juin 2005. La SODIMO a parrainé les tête-à-tête quotidiens. Les producteurs ontariens ont eu la possibilité d'organiser des rencontres avec des radiodiffuseurs et des distributeurs canadiens et internationaux pour vanter les mérites de leurs projets en cours de conception et des émissions achevées.
- **Worldwide Short Film Festival** du Canadian Film Centre, juin 2005. La SODIMO a parrainé le *Short Films, Big Ideas Symposium*, qui a fourni un accès aux programmeurs, aux agents et aux producteurs et permis de vendre des films à des acheteurs et distributeurs du monde entier.
- **North by Northeast**, juin 2005. La SODIMO s'est appuyée sur le succès de l'année dernière du *Reel Music Event*, qui a rassemblé les industries nationales du cinéma, de la télévision et de la musique pour une manifestation sur trois fronts. La journée a commencé par une table ronde sectorielle au cours de laquelle on a cherché à savoir comment les industries du secteur pourraient établir de meilleures relations d'affaires entre les différents secteurs. Elle a été suivie par plus de 200 rencontres en tête-à-tête entre les participants. La manifestation a été clôturée par une réception de réseautage à l'Office national du film du Canada.
- **Festival international du film de Toronto 2005®** (TIFF). Le parrainage du bureau de ventes de la SODIMO au TIFF a permis d'accueillir plus de 900 acheteurs et vendeurs, contre 700 en 2004. Les rapports signalent une excellente année de vente de longs métrages ontariens comme *Metal* et *Lie with Me*, qui ont été vendus dans plusieurs pays.
- **Ontario-UK Co-production Forum**, septembre 2005. En collaboration avec le Consulat britannique de Toronto, la SODIMO a pris l'initiative et rassemblé plus de 20 sociétés ontariennes et 20 sociétés britanniques, et organisé environ 200 rencontres en tête-à-tête. Cette activité a débouché sur au moins un partenariat confirmé de production début 2006.
- **Conférence de coproduction Strategic Partners**, septembre 2005. La SODIMO a soutenu la participation de huit producteurs à cette réunion de Halifax. Des rencontres en tête-à-tête avec des producteurs et des dirigeants anglais, américains et allemands ont été organisées.
- **Festival international du film Cinéfest Sudbury**, septembre 2005. Le forum de l'industrie *(Industry Forum)* a reçu le soutien de la SODIMO en 2005-2006. Le forum continue à procurer des possibilités de réseautage et de développement des affaires aux participants du festival.
- **Word on the Street**, septembre 2005. Cette manifestation populaire en plein air à thème littéraire a attiré plus de 200 000 personnes en 2005 et offert l'occasion idéale d'agrandir le cercle des lecteurs enthousiastes. Magazines Canada a reçu le soutien de la SODIMO pour la « tente des magazines ».

# Soutenir les produits culturels ontariens d'excellente qualité...chez nous

**Marchés et festivals suite**

- **Pavillon culturel de l'Ontario**, février 2006. La SODIMO a apporté son soutien au pavillon, qui a exposé des livres, de la musique et des magazines ontariens, lors de la super conférence de l'Ontario Library Association. Cette manifestation a soutenu trois associations partenaires – l'Organization of Book Publishers of Ontario (OBPO), Magazines Canada et la Canadian Independent Record Production Association (CIRPA) – et reçu un soutien supplémentaire du ministère de la Culture et de l'Ontario Libraries Association.
- **Semaine canadienne de la musique**, mars 2006. La SODIMO a parrainé des événements clés, incluant les *4th-annual Music for Screen-Based Media Series* de programmation et le *3rd International Marketplace*, fondé par la SODIMO pour créer un centre d'affaires pour les délégués locaux et internationaux.
- **Digital Music Summit**, mars 2006. Présenté par l'Association canadienne des éditeurs de musique, cet événement sur invitation a rassemblé des dirigeants de l'industrie des secteurs du contenu musical, de la technologie numérique et de la distribution en vue de se tenir au courant de l'évolution rapide de la distribution et du marketing de la musique. Ces informations permettront de nouer de nouveaux partenariats et de concevoir de nouveaux modèles commerciaux.
- **iSUMMIT 2006: Content That Pays**, mars 2006. La toute première conférence iSUMMIT, organisée par l'association des produits multimédias interactifs numériques de l'Ontario, s'est déroulée à Toronto, attirant plus de 300 professionnels de nombreuses industries incluant le cinéma, la télévision, la musique, la téléphonie mobile, les contenus interactifs numériques et les jeux vidéo. iSUMMIT, une manifestation « à guichets fermés », a offert aux intervenants de l'industrie du contenu numérique la possibilité de s'informer sur les tendances émergentes, de réseauter avec des contacts existants ou nouveaux et de découvrir des possibilités d'affaires.

***« À NMBA, nous sommes particulièrement heureux du succès écrasant de notre premier iSUMMIT. Nombre des intervenants, commanditaires et délégués nous ont fait part de leur souhait de voir cette manifestation se renouveler en 2007 », a déclaré Ian Kelso, président de NMBA. « Nous sommes très reconnaissants à la SODIMO de son soutien, en tant que partenaire fondateur de cette conférence. »***

**Soutien accordé par la SODIMO aux organismes de commercialisation des médias culturels**

La SODIMO accorde un soutien financier ciblé aux organismes commerciaux sectoriels au chapitre d'activités qui correspondent au plus près au mandat de la Société. En 2005-2006, la SODIMO a offert son soutien à 11 initiatives émanant d'organismes commerciaux ontariens, représentant les six secteurs des médias culturels. Voici les principaux projets :

- **Campagne de marketing pour la vente en kiosque de Magazines Canada** pour faire progresser les ventes au détail de magazines indépendants à travers la province. L'an dernier, la campagne a signalé une progression de plus de 10 % des placements et des ventes.
- La SODIMO a apporté son soutien à **Magazines Canada** pour la distribution de *école de diffusion*.
- **WIFT-T Film Incubator** est un programme de conception et de conditionnement de scénarii qui fera avancer plusieurs projets ontariens sur la voie de la production au cours de 2006.
- Les **séances 03 du Réseau d'ateliers cinématographiques canadiens** au Summer Institute of Film and Television d'Ottawa ont été mises au point pour tenir compte des pôles d'intérêt commerciaux de la SODIMO. Il s'agissait de réunir des participants de haut calibre qui venaient vanter auprès de dirigeants du secteur leurs projets de films et d'émissions de télévision. Plusieurs projets présentés l'année dernière ont bénéficié d'un soutien en matière de développement.
- La SODIMO a participé au « **Book Charrette** », sous la direction de l'Association of Canadian Publishers (ACP). Cette manifestation, qui a revêtu la forme d'un « groupe de réflexion », a rassemblé 12 penseurs créatifs venant de différents horizons pour étudier comment rehausser le profil des auteurs et des éditeurs canadiens aux yeux du public et des bailleurs de fonds éventuels. Une vaste gamme d'idées créatives de marketing et de politique/de réglementation a vu le jour lors de cette séance animée. L'ACP fournira un rapport détaillé comportant un plan d'orientation stratégique complet pour les étapes suivantes.
- La SODIMO a également apporté son soutien aux organismes commerciaux ontariens suivants en 2005-2006 : l'Association canadienne des éditeurs de musique, la Documentary Organisation of Canada, la New Media Business Alliance et l'Ontario Book Publishers Organization.

# L'Ontario : prêt pour son gros plan

## Assurer la place de l'Ontario sous les projecteurs

Le **Groupe cinématographique** de la SODIMO joue un rôle important au plan du renforcement de la compétitivité de l'Ontario dans le domaine du cinéma et de la télévision, compétitivité qui est déjà considérable. Il promeut de façon agressive la province auprès des clients nationaux et internationaux, et soutient ces activités promotionnelles à l'aide de toute une variété de services, dont les suivants :

1) La recherche gratuite d'extérieurs et les services de facilitation pour les clients nationaux et internationaux.
2) Des outils de marketing innovants – y compris la *Base de données numériques sur les extérieurs*.
3) Le leadership et le soutien du bureau du marketing à Los Angeles.
4) Des plaidoyers en faveur de l'amélioration des services sectoriels, par le biais d'une communication régulière avec des partenaires clés.

Les activités de marketing du Groupe cinématographique de la SODIMO en 2005-2006 ont assuré la promotion de l'Ontario en tant qu'emplacement versatile et économique pour l'industrie cinématographique et télévisuelle :

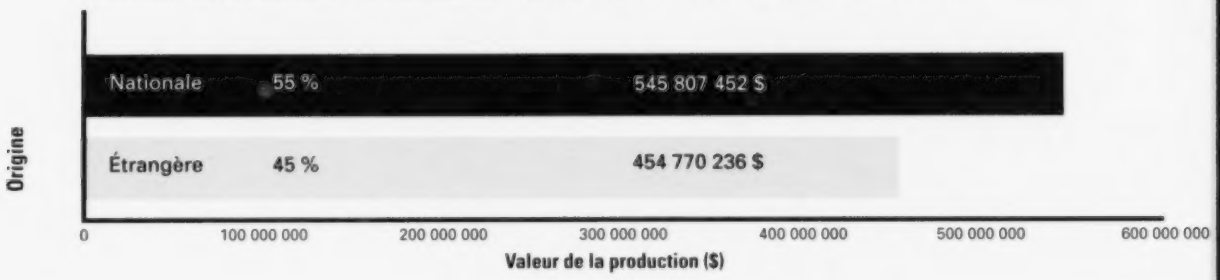
- **Base de données numériques sur les extérieurs**. La base de données s'est enrichie cette année pour inclure près de 6 000 extérieurs individuels, représentant plus de 123 000 images individuelles : une composante clé des efforts de marketing de la SODIMO. Le site a reçu plus de 31 000 visites en ligne en 2005-2006 et il a été utilisé pour créer 821 ensembles numériques sur les extérieurs. En réponse à la rétroaction des intervenants, la SODIMO est actuellement en train de planifier un remaniement en profondeur de son système de base de données, destiné à augmenter sa rapidité et sa convivialité et à jeter les bases pour une utilisation future multi-plateforme.
- **Forum cinématographique régional**. Pour la troisième année consécutive, la SODIMO a accueilli cette manifestation d'une journée, en novembre. Le personnel a présenté des informations sur l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle et sur les programmes et les services de la SODIMO aux responsables locaux de la liaison cinématographique de toute la province. Ce forum est un excellent moyen pour la SODIMO de faire preuve de leadership, de partager son expertise et d'encourager le réseautage dans les milieux régionaux du cinéma afin de profiter des avantages financiers que la production cinématographique et télévisuelle apporte à l'économie ontarienne.
- **Toronto/Ontario Film Office**. Géré en partenariat avec FilmOntario et la Ville de Toronto, le Film Office continue à contribuer de façon notable à la santé de l'activité de production étrangère en Ontario, en faisant du marketing sur le terrain à Hollywood pour attirer la production cinématographique et télévisuelle en Ontario, et pour aider les producteurs et les fournisseurs canadiens à accéder au marché de Los Angeles. Au cours de l'exercice 2005-2006, 19 productions au total, représentant 196 millions de dollars en activité économique dans la province, ont été tournées en Ontario après avoir reçu l'aide du Film Office.
- **Conception d'une nouvelle image de marque**. En collaboration avec ses partenaires de FilmOntario et de la Ville de Toronto, la SODIMO a participé aux travaux de conception d'une nouvelle image de marque et de produits de marketing, pour aider à commercialiser les industries cinématographique et télévisuelle de l'Ontario, aussi bien au Canada qu'à l'étranger. Les produits arborant le nouveau logo « You Belong Here » et un design particulier ont été dévoilés en octobre au cours de la mission de marketing à Los Angeles et à l'American Film Market.
- **Missions de marketing**. Des dirigeants des groupes Développement de l'industrie et Crédits d'impôt de la SODIMO ont pris part à plusieurs missions de marketing à Los Angeles et à New York cette année. Ces missions ont permis de cimenter nos relations avec des clients clés, de recueillir des renseignements sur la scène de la production actuelle et de mettre en valeur les avantages du tournage de films dans la province. Plusieurs projets, qui ont finalement choisi l'Ontario comme lieu de tournage, ont été à l'origine discutés lors de ces réunions, y compris *Jumper* de la 20th Century Fox, *Take The Lead* de New Line Cinema, et trois longs métrages de Sidney Kimmel Entertainment, *Charlie Bartlett*, *Talk To Me* et *Lars and The Real Girl*.

*Voici ce que déclare Richard Donner, directeur de* 16 Blocks *: « Mon équipe de Toronto était sans aucun doute l'une des meilleures, si ce n'est LA meilleure avec laquelle j'ai jamais travaillé. La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario s'est montrée très professionnelle et coopérative, et elle a toujours été présente pour soutenir nos efforts. Ce fut une merveilleuse expérience. »*

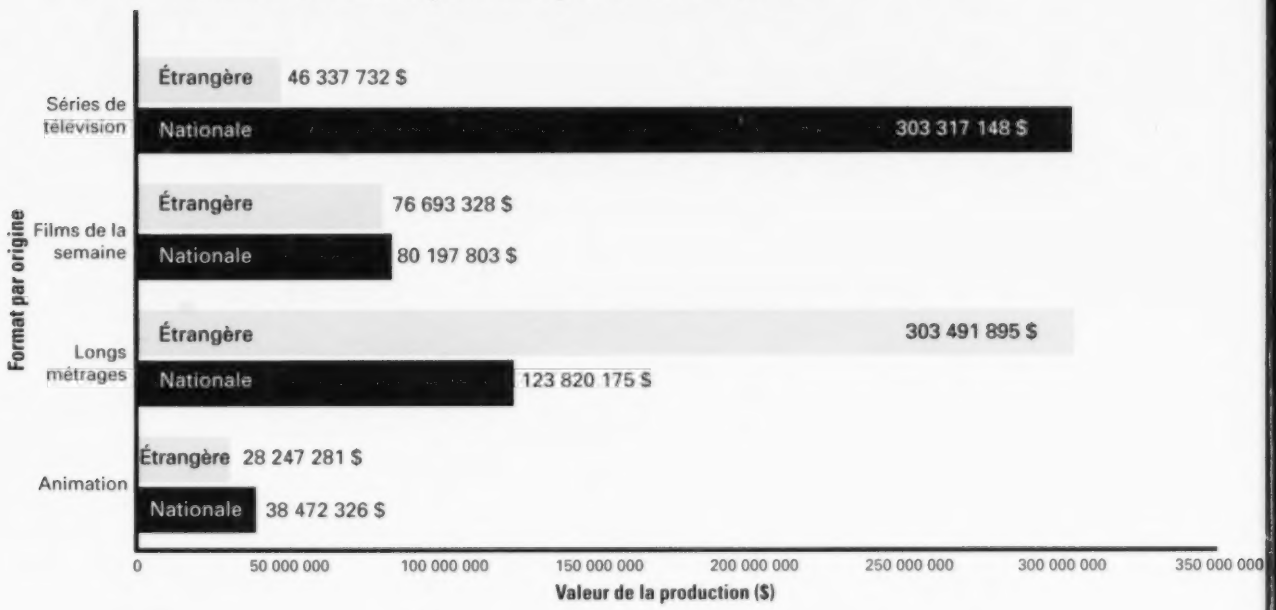
# L'Ontario : prêt pour son gros plan

## TOURNAGE DE FILMS ET D'ÉMISSIONS DE TÉLÉVISION, 2005-2006

**Activités de production cinématographique et télévisuelle en Ontario – 2005-2006**




**Ventilation de l'activité de production par format - 2005-2006**




| Origine | Valeur de la production ($) | Pourcentages |
|---|---|---|
| Étrangère | 454 770 236 $ | 45 % |
| Nationale | 545 807 452 $ | 55 % |
| Total | 1 000 577 688 $ | |

SOURCE : Les chiffres déclarés par la SODIMO correspondent aux montants dépensés en Ontario.

# Les crédits d'impôt permettent aux médias culturels de l'Ontario d'avoir un impact

**Hausse du nombre de demandes de crédits d'impôt**

La SODIMO co-administre avec le ministère des Finances six **crédits d'impôt** remboursables. Ils concernent les industries du cinéma, de la télévision, des médias numériques, de l'édition de livres et de l'enregistrement sonore. Ces crédits importants contribuent à l'ancrage des emplois, protègent l'investissement et stimulent la production de contenu en Ontario. De nombreux bénéficiaires reconnaissent que ces programmes ont permis de soutenir ou d'accroître leur production dans un milieu toujours plus concurrentiel.

L'année 2005-2006 a été une excellente année pour les crédits d'impôt de la SODIMO. La Société a certifié 1 084 projets culturels pour une valeur de crédits d'impôt estimée à 110 248 166 $. Nous avons reçu 942 demandes : une progression de 23 % par rapport aux 766 demandes de l'exercice 2004-2005.

**CRÉDITS D'IMPÔT CO-ADMINISTRÉS PAR LA SODIMO :**

**Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne**
Un crédit d'impôt remboursable de 30 % dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes admissibles, basées en Ontario, sur les coûts de main-d'œuvre ontarienne admissibles pour les productions cinématographiques et télévisuelles admissibles.

**Crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production**
Un crédit d'impôt remboursable de 18 % dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes et les sociétés sous contrôle étranger admissibles, basées en Ontario, sur les coûts de main-d'œuvre ontarienne admissibles pour les productions cinématographiques et télévisuelles admissibles.

**Crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques**
Un crédit d'impôt remboursable de 20 % dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes et les sociétés sous contrôle étranger, basées en Ontario, sur les coûts de main-d'œuvre ontarienne admissibles pour l'animation numérique et les effets visuels numériques créés en Ontario pour des productions cinématographiques et télévisuelles.

**Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques**
Un crédit d'impôt remboursable de 20 % dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes et les sociétés sous contrôle étranger admissibles, basées en Ontario, sur les coûts ontariens admissibles pour les produits multimédias interactifs numériques créés en Ontario.

**Crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition**
Un crédit d'impôt remboursable de 30 % dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes basées en Ontario sur les dépenses admissibles pour les œuvres littéraires admissibles créées en Ontario.

**Crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore**
Un crédit d'impôt remboursable de 20 % dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes admissibles, basées en Ontario, sur les dépenses admissibles de production et de marketing pour les enregistrements sonores admissibles de nouveaux artistes ou groupes canadiens.

## Demandes de crédits d'impôt reçues et certificats 2005-2006

| | Nombre de demandes | Nombre de certificats établis | Nombre de projets | Valeur totale des projets |
|---|---|---|---|---|
| Crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition | 285 | 263 | 263 | 8 823 566 $ |
| Crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore | 99 | 357 | 141 | 7 435 673 $ |
| Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne | 383 | 293 | 293 | 646 278 446 $ |
| Crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production | 77 | 67 | 67 | 802 940 121 $ |
| Crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques | 56 | 49 | 141 | 163 175 872 $ |
| Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques | 42 | 35 | 179 | 20 422 535 $ |
| Total général de tous les crédits d'impôt | 942 | 1 064 | 1 084 | 1 649 076 213 $ |

**Note :** Les demandes au titre du CIOESAI et du CIOPMIN concernent l'année financière d'activité du demandeur et peuvent inclure des productions multiples. Les projets en vertu du CIOES peuvent recevoir plus d'un certificat par projet.

# Les crédits d'impôt permettent aux médias culturels de l'Ontario d'avoir un impact

**Changements apportés aux crédits d'impôt**

Des changements importants ont été apportés en 2005-2006 aux six crédits d'impôt pour les médias culturels au fil des budgets provinciaux annoncés au cours de cet exercice.

**Budget provincial de l'Ontario du 11 mai 2005 :**

- Augmentation de 20 % à 30 % du crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle et de 11 % à 18 % du crédit d'impôt pour les services de production.
- Élimination du plafond de 48 % qui existait précédemment pour le crédit d'impôt pour les effets spéciaux et l'animation informatiques.
- Explication de l'expression « auteur canadien admissible », pour le crédit d'impôt pour les maisons d'édition, et élargissement des catégories d'admissibilité à ce crédit d'impôt.
- Assouplissement des conditions exigées pour le crédit d'impôt pour l'enregistrement sonore concernant la durée minimale pendant laquelle une société doit exercer des activités d'enregistrement sonore, la durée minimale d'écoute des enregistrements et les accords de distribution.
- Assouplissement des conditions du crédit d'impôt pour les produits multimédias interactifs numériques concernant la détention d'un minimum de 90 % des droits d'auteur sur les produits admissibles.

Ces changements entraîneront une compétitivité accrue des crédits d'impôt de l'Ontario pour les médias culturels, ainsi qu'un accroissement de leur accessibilité.

**Budget provincial de l'Ontario du 23 mars 2006 :**

- Prolongation proposée du taux de 18 % du crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production jusqu'au 31 mars 2007.
- Augmentation proposée de 20 % à 30 % du crédit d'impôt pour les produits multimédias interactifs numériques pour les sociétés admissibles, selon les conditions en vigueur.
- Application de l'admissibilité à ce crédit d'impôt au taux de 20 % aux sociétés qui dépassent le critère de taille actuel, et aux travaux assujettis au principe de la rémunération des services, en Ontario.

**Remarque :** Ces modifications budgétaires n'ayant pas été entérinées par la loi lors de la clôture de l'exercice 2005-2006, la SODIMO a certifié les produits du crédit d'impôt pour les produits multimédias interactifs numériques sur la base des conditions législatives en vigueur; toutefois, lorsque les changements auront été votés, ils auront un effet rétroactif basé sur les précisions figurant dans l'annonce budgétaire.

**Autres nouveautés concernant les crédits d'impôt en 2005-2006**

**Réduction des délais pour les demandes de crédit d'impôt**

Bien que la SODIMO ait connu une augmentation des demandes de crédit d'impôt en 2005-2006, le délai de traitement moyen de tous les crédits d'impôt pour les médias culturels a effectivement légèrement diminué et il est passé à 14 semaines.

**Aide spécialisée continue de la SODIMO aux auteurs de demande**

Outre la certification de produits culturels, le service des crédits d'impôt a entrepris des efforts de sensibilisation importants pour faire connaître et comprendre les crédits d'impôt et pour tenir les intéressés au courant des nombreux changements budgétaires. La SODIMO a organisé et/ou participé à 17 présentations sur les crédits d'impôt, allant de séances d'information à des manifestations pour les industries culturelles et des conférences.

**Présentation au Comité**

Le Comité permanent des comptes publics a demandé que la vérification de l'optimisation des ressources 2004 des crédits d'impôt des médias culturels lui soit présentée. La SODIMO a comparu avec les ministères des Finances et de la Culture devant le Comité permanent des comptes publics. À la suite de quoi, le Comité permanent a présenté son rapport sur « les crédits d'impôt pour les médias » à l'Assemblée législative. Ce rapport contenait plusieurs recommandations destinées à la SODIMO et aux ministères des Finances et de la Culture. La SODIMO a continué de collaborer avec les autres parties prenantes pour mettre à jour le protocole d'entente qui régit l'administration des crédits d'impôt.

# Leadership et courtage du savoir

À la SODIMO, le « **courtage du savoir** » est un principe clé, soutenant tous les aspects de notre mandat. Exprimé simplement, cela signifie proposer les avantages de l'autorité et du savoir-faire en tant que ressource pour favoriser les possibilités d'affaires entre les industries culturelles. Les activités de courtage du savoir incluent la Conférence Six degrés d'intégration, le site Web de la SODIMO et les nombreuses initiatives de recherche de la Société.

**« Six degrés d'intégration »**

Les 8 et 9 février 2006, la SODIMO et le co-parrain, PricewaterhouseCoopers, ont présenté la cinquième conférence annuelle **Six degrés d'intégration**, qui a rassemblé plus de 200 leaders des industries culturelles ontariennes (entreprises d'édition de livres et de magazines, de production cinématographique et télévisuelle, d'enregistrement sonore et de produits multimédias interactifs numériques).

Le thème de cette année était : « Les industries culturelles et les nouvelles technologies ». La manifestation s'est concentrée sur la façon dont la technologie a modifié – et continuera à modifier – la création, la distribution et la prestation des produits culturels.

- L'expert en prévisions et en tendances, Jim Carroll, a ouvert la conférence avec un discours incitant à la réflexion, consacré à la façon dont les nouvelles technologies ont à jamais modifié notre manière de consommer, de distribuer et d'apprécier les produits culturels.
- PricewaterhouseCoopers a présenté une mise à jour dynamique globale de la tendance concernant l'industrie des loisirs.
- L'étude comparative « Canada en-ligne! » du Projet Internet Canada a examiné la manière dont l'utilisation d'Internet par les Canadiennes et Canadiens influence la consommation culturelle en comparaison du reste du monde.
- Les dirigeants de Lycos ont expliqué comment leur société fournit une plateforme aux créateurs culturels indépendants, comme aux sociétés mieux établies, pour mettre sur le marché et distribuer leurs produits.

**Intégration en action**

La conférence Six degrés d'intégration s'est terminée par une discussion en groupe dynamique, avec pour modératrice la productrice et animatrice de l'émission *Studio 2* de TVO, Paula Todd. Des experts de l'industrie ont fourni des informations de l'intérieur sur les défis et les possibilités face à la réalité « branchée » d'aujourd'hui. Raja Khanna de QuickPlay Media a incité les producteurs de contenu à tirer profit de ce qu'il appelait « la fenêtre de cinq minutes ». Linda Schuyler d'Epitome Pictures a relevé ce défi avec les « *webisodes* » de deux minutes de *Degrassi*, qui ont aidé à éveiller l'intérêt pour les séries suivantes. La réglementation de ce nouvel environnement constituera un défi, alors que les hommes politiques et les avocats veillent à ce que les droits des producteurs et des artistes soient protégés, selon Susan Abramovitch, associée et chef de la section Loisirs et médias chez Goodman & Carr LLP. Tracey Jennings, chef de la section Impôts, loisirs et médias chez PricewaterhouseCoopers, a invité les participants à adopter une approche proactive en mettant sur pied de nouveaux modèles commerciaux pour tirer profit des économies d'impôt dans le domaine de la distribution et du développement internationaux. Alfred Tolle, président-directeur général de Lycos, a déclaré que sa société cherchait à élargir les débouchés futurs pour les artistes, les musiciens, les auteurs et les photographes qui cherchent à créer leur propre « vitrine » sur Internet afin de commercialiser et de partager leurs idées et leurs produits dans le cadre de leur propre réseau social.

# Leadership et courtage du savoir

### La SODIMO sur Internet

**Le site Web de la SODIMO** continue de fournir au public, comme aux partenaires de l'industrie, un endroit commode où trouver les informations les plus récentes sur ses nombreux programmes et services, ainsi que des aperçus d'actualité sur l'industrie. Au cours de cet exercice, notre site a reçu 377 724 visites. Le site de la SODIMO a aussi offert aux visiteurs la possibilité de se connecter pour une baladodiffusion de la Conférence Six degrés d'intégration.

### Recherche et planification à long terme

- La SODIMO, en collaboration avec les ministères des Finances et du Développement économique et du Commerce, et le nouveau ministère de la Recherche et de l'Innovation, a participé à un groupe de travail du **Secteur ontarien du divertissement et de la création**, animé par le ministère de la Culture. Le groupe a tenu sa première réunion en septembre 2005, en vue d'élaborer une approche stratégique permettant à la province d'accorder un soutien permanent en faveur de la croissance économique des industries créatives et culturelles.

- En décembre 2005, la SODIMO a coordonné et organisé deux **tables rondes de discussion** entre la ministre de la Culture et des représentants des industries télévisuelle et cinématographique, pour débattre des défis et des opportunités auxquels sont confrontés ces deux secteurs. À la fin de chaque table ronde, les représentants de l'industrie se sont engagés à fournir à la ministre une stratégie écrite.

# Rapports 2005-2006 de la SODIMO

## Travaux de recherche et rapports de la SODIMO

Trois études ont été réalisées au cours de cet exercice :

### Canadian Books Count: A Study of the Ontario Library Acquisition Process

La SODIMO a apporté son soutien à une étude entreprise par l'OBPO intitulée *Canadian Books Count: A Study of the Ontario Library Acquisition Process*. Cette étude a été menée dans le but d'aider les éditeurs à mieux comprendre le système d'acquisition, à évaluer le pourcentage de livres écrits par des auteurs canadiens dans les bibliothèques de l'Ontario, et à identifier les facteurs qui influencent les décisions en matière d'achat de livres. L'étude a été diffusée lors de la super conférence de l'Ontario Library Association, à Toronto, en février 2006. Elle montre que les livres écrits par des auteurs canadiens représentent, en moyenne, 26 % des collections des bibliothèques publiques et 34 % des collections des bibliothèques scolaires.

Le rapport formule plusieurs recommandations pour augmenter le pourcentage de livres écrits par des auteurs canadiens faisant partie des collections des bibliothèques de l'Ontario, et notamment :

- mettre au point un système de suivi permettant de contrôler les ventes de livres canadiens tout au long du système d'acquisition et de catalogage;
- s'accorder sur une définition commune de l'expression « auteur canadien ».

Le rapport propose également des méthodes de collaboration entre éditeurs et grossistes pour faciliter l'identification et l'achat de livres canadiens par les bibliothèques.

### Industries culturelles sélectionnées de l'Ontario, de 1996 à 2004

Au cours de l'exercice 2005-2006, la SODIMO a commandé une étude (effectuée par Statistique Canada) intitulée *Profil d'industries culturelles sélectionnées de l'Ontario, de 1996 à 2004*. L'étude :

- examine les industries de l'édition de livres et de revues, de l'enregistrement sonore et de la production cinématographique, vidéo et audio-visuelle;
- analyse les tendances récentes de l'offre et de la demande de biens et services culturels;
- analyse les dépenses gouvernementales pour chaque industrie sélectionnée;
- examine les tendances et les caractéristiques concernant la main-d'œuvre.

### Les Canadiens et Internet

La SODIMO a soutenu le lancement de l'étude du **Projet Internet Canada** *Canada en-ligne!* et officiellement diffusé l'étude lors d'une conférence de presse en novembre 2005 – qui a suscité un intérêt considérable de la part des médias. La SODIMO se réjouit de son association avec le Consortium Canadien de Recherche sur les Médias et avec d'autres commanditaires de cette étude comparative exhaustive, qui compare les Canadiennes et Canadiens qui utilisent Internet à ceux qui ne l'utilisent pas, et qui étudie, d'un point de vue international, l'influence des technologies en ligne au Canada. L'étude révèle notamment que :

- 82 % de tous les Canadiens et Canadiennes se sont connectés à Internet à un moment ou un autre;
- la majorité des Canadiennes et des Canadiens sont de gros utilisateurs d'Internet, 56 % déclarant être en ligne au moins sept heures par semaine.

Des exemplaires complets des études sont disponibles sur le site Web de la SODIMO : **www.omdc.on.ca**.

# SODIMO Conseil d'administration

Le conseil d'administration de la SODIMO établit les orientations stratégiques de la Société. Ses membres sont nommés par décret pour un mandat d'une durée maximale de trois ans.

**Marcelle Lean, présidente** – désignée le 7 février 1998; fin du mandat le 7 février 2006

**Peter E. Steinmetz, vice-président** – désigné le 7 février 1995; mandat reconduit le 7 février 2004

**Lillyann Goldstein** – nommée le 14 avril 2004

**Valerie Hussey** – nommée le 27 février 2002; mandat reconduit le 7 février 2005

**Bryan Leblanc** – nommé le 28 avril 2004

**Bob Richardson** – nommé le 10 novembre 2005

**Melinda M. Rogers** – nommée le 26 février 2001; mandat reconduit le 7 février 2004

**Jeffrey Shearer** – nommé le 7 octobre 2004

**John B. Simcoe** – nommé le 7 février 2003; mandat reconduit le 7 février 2006

**Anne-Marie Smith** – nommée le 7 février 2006

**Stephen Stohn** – nommé le 7 février 2001; mandat reconduit le 7 février 2004

**Julie Thorburn** – nommée le 28 avril 2004

**Sheldon S. Wiseman** – nommé le 14 avril 2004

La rémunération totale des membres du conseil d'administration pour l'exercice prenant fin le 31 mars 2006 s'élevait à 11 950 $

# Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers

Les états financiers ci-joints ont été établis par la direction conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada, et leur établissement incombe à la direction. Lorsqu'elle a dû fournir des estimations ou des avis, la direction a établi les sommes visées de façon raisonnable, selon les conventions comptables généralement reconnues au Canada.

La direction tient un système de contrôles internes visant à fournir une assurance raisonnable que ses actifs sont protégés et que des renseignements financiers fiables sont disponibles de façon opportune. Le système inclut des politiques et des modalités officielles et une structure organisationnelle qui prévoit une délégation appropriée des pouvoirs et une ségrégation des responsabilités. Le conseil d'administration de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario est chargé de veiller à ce que la direction s'acquitte de ses obligations. Il a constitué un Comité de vérification composé de ses propres membres. Le comité rencontre périodiquement les membres de la haute direction ainsi que le Bureau du vérificateur général de l'Ontario pour discuter des questions liées à la vérification, au contrôle interne, aux politiques comptables et aux rapports financiers. Les états financiers sont revus par le Comité de vérification avant d'être approuvés par le conseil d'administration.

Le Bureau du vérificateur général de l'Ontario effectue une vérification annuelle conformément au paragraphe 14(1) du Règlement de l'Ontario 672/00 pris en application de la *Loi sur les sociétés de développement*. Le rapport du vérificateur précise la portée de l'examen et l'opinion du vérificateur.

Kristine Murphy
Directrice générale (par intérim)

Cherith Muir
Directrice (par intérim), Activités opérationnelles et recherche

28 juillet 2006

# Rapport du vérificateur

Au conseil d'administration de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario
et à la ministre de la Culture

J'ai vérifié le bilan de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario au 31 mars 2006, l'état des résultats et de l'évolution de l'actif net et l'état des flux de trésorerie de l'exercice clos à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à donner mon opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues au Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir un degré raisonnable de certitude quant à l'absence d'inexactitudes importantes dans les états financiers. La vérification comprend le contrôle par sondages des informations probantes à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers présentent fidèlement, à tous les égards importants, la situation financière de la Société au 31 mars 2006, ainsi que les résultats de son exploitation et des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada.

Toronto, Ontario
28 juillet 2006

Gary R. Peall, CA
Sous-vérificateur général

# Bilan
## au 31 mars 2006

| | 2006 (en milliers de $) | 2005 (en milliers de $) (Apres ajustement – Note 9) |
|---|---|---|
| **ACTIF** | | |
| Espèces et quasi-espèces | 4 156 | 3 575 |
| Montant dû au ministère (note 3) | 23 000 | 2 639 |
| Comptes à recevoir | 57 | 133 |
| Charges payées d'avance | 77 | 43 |
| Intérêts à recevoir | 13 | 3 |
| Actif à court terme | 27 303 | 6 393 |
| Immobilisations (note 4) | 773 | 838 |
| | **28 076** | **7 231** |
| **PASSIF** | | |
| Comptes créditeurs – Programmes | 603 | 362 |
| Comptes créditeurs – Divers | 252 | 437 |
| Montant dû à la province | 522 | 477 |
| Obligation au chapitre des prestations acquises des employés (note 9) | 463 | 363 |
| Recettes différées (note 3) | 23 000 | 2 639 |
| | 24 840 | 4 278 |
| **ENGAGEMENTS** (note 7) | | |
| **ACTIF NET** | | |
| Montant investi dans les immobilisations | 773 | 838 |
| Non affecté | 2 463 | 2 115 |
| | **3 236** | **2 953** |
| | **28 076** | **7 231** |

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Au nom du conseil :

Peter Steinmetz
Président (par intérim)

John Simcoe
Membre, Comité de vérification

# État des résultats
## de l'exercice clos le 31 mars 2006

| | 2006 (en milliers de $) | 2005 (en milliers de $) (Apres ajustement – Note 9) |
|---|---|---|
| **RECETTES** | | |
| Ministère de la Culture | 10 125 | 6 186 |
| Frais d'administration des crédits d'impôt | 762 | 532 |
| Intérêts | 199 | 154 |
| Rendement des investissements en vertu des programmes d'aide | 20 | 84 |
| Financement du SRAS | - | 100 |
| Divers | 108 | 91 |
| | 11 214 | 7 147 |
| **DÉPENSES** | | |
| Frais d'exploitation (notes 5 et 6) | 6 100 | 6,188 |
| Initatives de développement de l'industrie | 3 433 | 3 251 |
| Subventions au goupe du Festival international du film de Toronto | 1 265 | 1 265 |
| Subventions au Centre canadien du film | - | 225 |
| Initiatives de recherche | 133 | 31 |
| Dépenses relatives au SRAS | - | 323 |
| | 10 931 | 11 283 |
| **BÉNÉFICE (DÉFICIT) D'EXPLOITATION** | **283** | **(4 136)** |

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

# État de l'évolution de l'actif net

## pour l'exercice clos le 31 mars 2006

| | 2006 (en milliers de $) | | | 2005 (en milliers de $) (Apres ajustement – Note 9) |
|---|---|---|---|---|
| | **Investi en immobilisations** | **Non affecté** | **Total** | **Total** |
| Solde en début d'exercice | 838 | 2 115 | 2 953 | 7 089 |
| Bénéfice (déficit) d'exploitation | (479) | 762 | 283 | (4 136) |
| Investissement en immobilisations | 414 | (414) | - | - |
| **SOLDE EN FIN D'EXERCICE** | **773** | **2 463** | **3 236** | **2 953** |

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

# État des flux de trésorerie

## pour l'exercice clos le 31 mars 2006

| | 2006 (en milliers de $) | 2005 (en milliers de $ (Après ajustement – Note 9) |
|---|---|---|
| **FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DE (UTILISÉ POUR) L'EXPLOITATION** | | |
| Bénéfice (déficit) d'exploitation | 283 | (4 136) |
| Amortissement des immobilisations | 479 | 475 |
| | 762 | (3 661) |
| **VARIATION DU FONDS DE ROULEMENT HORS TRÉSORERIE** | | |
| Comptes débiteurs | 75 | (62) |
| Montant dû au ministère | (20 361) | (2 639) |
| Charges payées d'avance | (33) | (13) |
| Intérêts à recevoir | (10) | 35 |
| Comptes créditeurs et montant dû à la province | 101 | (3) |
| Obligation au chapitre des prestations acquises des employés | 100 | (10) |
| Recettes différées | 20 361 | 2 639 |
| | 233 | (53) |
| **ENCAISSEMENT NET PROVENANT DE (UTILISÉ POUR) L'EXPLOITATION** | 995 | (3 714) |
| **FLUX DE TRÉSORERIE UTILISÉ POUR LES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT ET DE PLACEMENT** | | |
| Achat net d'immobilisations | (414) | (254) |
| **AUGMENTATION (DIMINUTION) NETTE DES LIQUIDITÉS** | **581** | **(3 968)** |
| Espèces et quasi-espèces en début d'exercice | 3 575 | 7 543 |
| **Espèces et quasi-espèces en fin d'exercice** | **4 156** | **3 575** |

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

# Notes afférentes aux états financiers

31 mars 2006

## 1. HISTORIQUE

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (« la Société ») est un organisme du ministère de la Culture du gouvernement de l'Ontario, créée aux termes du Règlement 672/00 pris en application de la *Loi sur les sociétés de développement*, et à ce titre elle n'est pas assujettie au paiement de l'impôt sur le revenu. La Société encourage la croissance économique du secteur des médias culturels de l'Ontario et met l'accent sur l'établissement de partenariats stratégiques entre toutes les industries – cinéma, télévision, enregistrement sonore, édition de livres et de revues et médias interactifs numériques.

## 2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

a) **Principes comptables**
Ces états financiers ont été établis conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada.

b) **Immobilisations**
Les immobilisations sont enregistrées à leur valeur d'acquisition, diminuée du montant cumulé des amortissements. Les immobilisations sont amorties de façon linéaire sur les durées suivantes, commençant l'année d'acquisition ou l'année de mise en service si elle lui est postérieure :

| | |
|---|---|
| Mobilier et matériel de bureau | 10 ans |
| Matériel informatique | 3 ans |
| Logiciels personnalisés | 3 ans |
| Site Web | 3 ans |
| Améliorations locatives | 5 ans |

c) **Comptabilisation des recettes**
Les subventions de fonctionnement du gouvernement sont comptabilisées durant la période de réception. Si elles ne sont pas reçues ou si les subventions concernent une période future, elles sont différées et sont comptabilisées durant la période suivante.

Les frais d'administration de crédits d'impôt sont comptabilisés lorsqu'ils sont gagnés, généralement lors de leur réception. Le rendement des investissements au titre des programmes d'aide financière est enregistré à l'encaissement, car il n'est pas possible de procéder à une estimation raisonnable des montants à recueillir.

d) **Services d'apport**
Les services d'apport reçus pour certains événements ne sont pas comptabilisés dans les états financiers.

e) **Espèces et quasi-espèces**
Les espèces et quasi-espèces comprennent la trésorerie, les comptes bancaires courants et les dépôts à court terme dont l'échéance est inférieure à 93 jours.

f) **Estimations**
L'établissement d'états financiers conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada oblige la direction à faire des estimations et des hypothèses qui influent sur les montants d'actif et de passif déclarés à la date des états financiers et sur les montants déclarés des recettes et des dépenses. Les montants réels peuvent être différents de ces estimations.

## 3. MONTANT DÛ AU MINISTÈRE

Au 28 mars 2006, le ministère de la Culture a approuvé un financement ponctuel supplémentaire de 23 millions de dollars pour la Société, que le conseil d'administration a alloué aux priorités stratégiques des trois prochains exercices financiers.

# Notes afférentes aux états financiers

31 mars 2006

## 4. IMMOBILISATIONS

| | 2006 (en milliers de $) | | | 2005 (en milliers de $) |
|---|---|---|---|---|
| | **Coût** | **Amortissement cumulé** | **Valeur comptable nette** | **Valeur comptable nette** |
| Mobilier et matériel du bureau | 295 | 113 | 182 | 209 |
| Matériel informatique | 62 | 36 | 26 | 10 |
| Logiciels personnalisés | 992 | 604 | 388 | 346 |
| Site Web | 60 | 40 | 20 | 40 |
| Améliorations locatives | 390 | 233 | 157 | 233 |
| | **1 799** | **1 026** | **773** | **838** |

## 5. FRAIS D'EXPLOITATION

| | 2006 (en milliers de $) | 2005 (en milliers de $) (Après ajustement – Note 9) |
|---|---|---|
| Salaires, traitements et avantages sociaux | 4 019 | 3 808 |
| Charges d'exploitation de la Société | 443 | 480 |
| Services de consultation | 172 | 340 |
| Amortissement des immobilisations | 479 | 475 |
| Publicité, promotion et publications | 204 | 258 |
| Aide aux programmes | 625 | 673 |
| Frais de voyage | 158 | 154 |
| | **6 100** | **6 188** |

## 6. OPÉRATIONS ENTRE ENTITÉS APPARENTÉES

Certains frais d'aménagement de bureau ont été pris en charge par le ministère de la Culture et ne sont pas inclus dans l'État des résultats.

## 7. ENGAGEMENTS

a) **Engagements dans le cadre des programmes**
La Société a donné son accord à des subventions et des prêts à hauteur d'un montant de 1 059 000 $ (2005 – 100 000 $) qui seront versés l'année prochaine sur les fonds existants, si et quand certaines conditions auront été remplies de façon satisfaisante par les récipiendaires.

b) **Engagements locatifs**
La Société a pris des engagements dans le cadre de contrats de location-exploitation pour des locaux et du matériel informatique et de bureau qui représentent des paiements minimums futurs de 153 000 $ pour les locaux et de 200 000 $ pour le matériel informatique et de bureau. Le contrat de location pour les locaux expire le 31 octobre 2008 et les contrats pour le matériel informatique et de bureau à diverses dates au cours des quatre prochaines années.

## 8. OBLIGATIONS À L'ÉGARD D'AVANTAGES SOCIAUX FUTURS DEVANT ÊTRE VERSÉS AUX EMPLOYÉS

Les employés de la Société sont admissibles à des avantages sociaux qui ont été négociés pour l'ensemble des employés de la fonction publique de l'Ontario. Les engagements futurs à l'égard des avantages sociaux des employés de la SODIMO sont inclus dans les engagements estimés pour tous les employés provinciaux et sont comptabilisés dans les états financiers consolidés de la province. Ces avantages sociaux sont comptabilisés par la Société de la façon suivante :

a) **Régimes de retraite**
La Société verse des prestations de retraite à ses employés classifiés à temps plein qui cotisent à la Caisse de retraite des fonctionnaires et au Régime de retraite du Syndicat des employés de la fonction publique de l'Ontario. Ces régimes sont comptabilisés sous forme de régimes à cotisations déterminées, car la Société ne dispose pas de renseignements suffisants pour utiliser la comptabilité pour régime à prestations déterminées. Les charges de retraite représentent les contributions obligatoires de la Société relatives aux régimes durant l'exercice. Les contributions obligatoires de la Société aux régimes de retraite pour l'exercice prenant fin le 31 mars 2006 s'élevaient à 215 000 $ (2005 – 200 000 $) et elles sont incluses dans les frais d'exploitation.

b) **Obligation au chapitre des prestations acquises des employés**
Les coûts des indemnités de départ et des crédits de vacances non utilisés, prescrits par la loi et accumulés par les employés, sont comptabilisés lorsqu'ils sont accumulés par les employés admissibles. Ces coûts pour l'année se sont chiffrés à 100 000 $ (2005 – (10 000 $)). Ils sont inclus dans les frais d'exploitation, sous la rubrique des avantages sociaux des employés.

c) **Autres avantages non liés à la pension, postérieurs à l'emploi**
Le coût des avantages non liés à la pension, postérieurs à la retraite, est calculé et financé de façon continue par le ministère des Services gouvernementaux de l'Ontario. Par conséquent, il n'est pas inclus dans les présents états financiers.

## 9. MODIFICATION DE LA POLITIQUE COMPTABLE

Au cours des années précédentes, la Société n'a pas enregistré le passif relatif aux composantes législatives concernant les prestations de départ et les absences et congés rémunérés faisant partie des coûts de prestations futurs de son personnel, car ce passif avait été calculé et comptabilisé par la province dans ses états financiers. Bien que le gouvernement provincial continue de calculer ces coûts chaque année, et de les financer chaque année lorsqu'ils sont dus, le vérificateur général a demandé et la direction a accepté que la Société comptabilise aussi le passif relatif à ces coûts dans les présents états financiers. Cette modification de la politique comptable a été mise en œuvre au cours de l'exercice considéré et a été appliquée rétroactivement. Voici l'effet de cette modification :

| | 2005 Énoncé antérieurement | Augmentation (Diminution) | 2005 Ajusté |
|---|---|---|---|
| Obligation au chapitre des prestations acquises des employés | - | 363 | 363 |
| Déficit des recettes sur les dépenses | (4 146) | 10 | (4 136) |
| Actif net – 1er avril 2005 | 7 462 | (373) | 7 089 |

# Renseignements supplémentaires

Non vérifié

LE TABLEAU SUIVANT ILLUSTRE LE FAIT QUE 85,5 % DES DÉPENSES DE LA SODIMO SONT LIÉS AUX PROGRAMMES, POUR L'EXERCICE CLOS 31 LE MARS 2006.

## Ventilation des dépenses

pour l'exercice clos le 31 mars 2006

| | Dépenses générales | Dépenses liées aux programmes | 2006 Total (en milliers de $) |
|---|---|---|---|
| Aide directe (provenant de l'État des résultats) : | - | 4 831 | 4 831 |
| Note 5 : | | | |
| Salaires, traitements et avantages sociaux | 1 056 | 2 963 | 4 019 |
| Charges d'exploitation de la Société | 243 | 200 | 443 |
| Services de consultation | 23 | 149 | 172 |
| Amortissement des immobilisations | 149 | 330 | 479 |
| Publicité, promotion et publications | 86 | 118 | 204 |
| Aide aux programmes | - | 625 | 625 |
| Frais de voyage | 31 | 127 | 158 |
| **Total des dépenses** | **1 588** | **9 343** | **10 931** |
| **% du total** | **14,5 %** | **85,5 %** | **100 %** |